

Master Semipresenziale Design Editoriale





tech università
tecnologica

Master Semipresenziale Design Editoriale

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620

Accesso al sito web: www.techitute.com/it/design/master-semipresenziale/master-semipresenziale-design-editoriale

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Perché iscriversi a questo
Master Semipresenziale?

pag. 8

03

Obiettivi

pag. 12

04

Competenze

pag. 18

05

Direzione del corso

pag. 22

06

Strutturazione
del programma

pag. 26

07

Tirocinio

pag. 40

08

Dove posso svolgere il
Tirocinio?

pag. 46

09

Metodologia

pag. 52

10

Titolo

pag. 60

01

Presentazione

L'irruzione delle nuove tecnologie e di internet ha portato ad una vera e propria rivoluzione nel settore dell'editoria, un ambito in cui i contenuti sono fondamentali, ma in cui il design gioca un ruolo essenziale nell'attrarre il pubblico o nel facilitare la lettura, sia in formato tradizionale che digitale. Questa qualifica offre al designer una specializzazione in un settore che richiede profili creativi e altamente qualificati per realizzare progetti di qualità. Un insegnamento online nella sua fase teorica e con un tirocinio che permette agli studenti di applicare tutto l'apprendimento acquisito in 3 settimane.



“

Questo Master Semipresenziale ti fornisce l'opportunità di accedere a tutti i più recenti contenuti multimediali nel campo del design fin dal primo momento"

Libri, giornali, brochure, blog: in tutti questi formati è presente la figura del graphic designer, che è in grado di impaginare e comporre titoli diversi rendendoli interessanti per i lettori indipendentemente dal supporto in cui è scritto.

L'industria editoriale continua a mantenere un buon ritmo di crescita, con pubblicazioni quotidiane e consistenti in tutto il mondo. Per questo motivo la qualifica in Design Editoriale è un'opportunità professionale per coloro che sono alla ricerca di una specializzazione in un settore che ha saputo adattarsi alla trasformazione digitale.

Questo Master Semipresenziale fornisce al designer un'ampia conoscenza dei principali concetti che compongono il campo dell'editoria, nonché dei software più comunemente utilizzati dai professionisti del settore. In questo modo, si approfondiranno la pianificazione, lo sviluppo e la fase finale del progetto grafico, gli elementi tipografici e di layout, nonché l'etica e la deontologia in questo settore. Allo stesso tempo, questo programma si distingue per l'enfasi posta sugli strumenti di impaginazione e sulle tendenze visive e creative che segnano la scelta dei caratteri tipografici e delle palette cromatiche per tutti i tipi di progetti editoriali. La qualifica approfondisce anche l'impatto della fotografia digitale in questo settore professionale.

Grazie a questo apprendimento, il designer sarà in grado di lavorare in modo naturale in un settore che richiede la conoscenza della rilegatura, della fotografia, del colore e dell'estetica. TECH offre un'eccellente opportunità per i professionisti che desiderano progredire in questo settore con una qualifica che offre flessibilità, consentendo l'accesso al programma da qualsiasi dispositivo dotato di connessione internet con contenuti multimediali integrati nel programma. Un insegnamento 100% online nella sua fase teorica, senza orari, che ti consentirà di ampliare le tue conoscenze e di applicarle in modo pratico in un tirocinio che si svolgerà una volta terminata la parte teorica di questo Master Semipresenziale.

Questo **Master Semipresenziale in Design Editoriale** possiede il programma più completo e aggiornato del mercato. Le caratteristiche principali del programma sono:

- ♦ Sviluppo di più di 100 casi proposti da esperti nell'area del Design Editoriale
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazione tecnica riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici
- ♦ Novità e ultimi progressi del settore
- ♦ Esercizi pratici che offrono un processo di autovalutazione per migliorare l'apprendimento
- ♦ Metodologie innovative e altamente efficienti
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto e/o al tutor, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e lavoro di riflessione individuale
- ♦ Possibilità di svolgere un tirocinio in una delle migliori aziende del settore



Design audaci, classici o moderni; qualunque sia il tuo stile, in questa qualifica imparerai a seguire le linee guida essenziali del Design Editoriale. Iscriviti subito”

“

Fai parte delle migliori aziende di design editoriale del mondo. Clicca e iscriviti"

In questa proposta di Master, di carattere professionalizzante e in modalità semipresenziale, il programma è rivolto all'aggiornamento dei professionisti del Design Editoriale che svolgono le loro funzioni in aziende del settore e che richiedono un alto livello di specializzazione. I contenuti sono basati sulle ultime evidenze scientifiche, orientati in modo didattico per integrare le conoscenze teoriche nella pratica del design, e gli elementi teorico-pratici faciliteranno l'aggiornamento delle conoscenze e permetteranno di prendere decisioni nella creazione editoriale.

I contenuti multimediali, sviluppati in base alle ultime tecnologie educative, forniranno al professionista un apprendimento coinvolgente e localizzato, ovvero inserito in un contesto reale. La creazione di questo programma è incentrata sull'Apprendimento Basato su Problemi, mediante il quale lo specialista deve cercare di risolvere le diverse situazioni che gli si presentano durante il corso. Lo studente potrà usufruire di un innovativo sistema di video interattivi creati da esperti di rinomata fama.

Questo Master Semipresenziale ti fornirà gli strumenti necessari per padroneggiare i software utilizzati nell'industria editoriale.

Pubblicazioni, giornali, brochure digitali... con questo Master Semipresenziale sarai preparato a progettare per qualsiasi mezzo di comunicazione. Iscriviti ora.



02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Questa modalità di apprendimento è stata progettata per aggiornare in modo pratico e teorico i professionisti con un background in Design Editoriale. Durante il percorso di studi, gli studenti saranno in grado di padroneggiare i principali strumenti e le tendenze creative in questo campo. Il programma presenta molteplici caratteristiche accademiche, tra cui l'innovativa piattaforma di studio 100% online e interattiva di TECH. Allo stesso tempo, lo studente potrà completare un tirocinio di primo livello presso un'azienda dedicata all'elaborazione visiva di progetti audiovisivi durante 120 ore didattiche.



“

TECH ti fornisce i software più aggiornati per l'impaginazione dei progetti di Design Editoriale e le conoscenze più complesse per gestirli"

1. Aggiornare le proprie conoscenze sulla base delle più recenti tecnologie disponibili

Per la scelta dei caratteri tipografici, dei colori e dell'impaginazione dei contenuti, la disciplina del Design Editoriale si avvale di diversi programmi e applicazioni. Il suo uso corretto e la sua gestione avanzata saranno uno degli obiettivi accademici di questa qualifica. Gli studenti si distingueranno sul mercato del lavoro per le loro capacità innovative e di risoluzione dei problemi.

2. Approfondire nuove competenze grazie all'esperienza dei migliori specialisti

Grazie a questo Master Semipresenziale, gli studenti amplieranno le loro competenze, risolveranno dubbi e chiariranno concetti di interesse insieme ai più illustri specialisti di Design Editoriale. Questi esperti saranno a loro disposizione in due momenti didattici fondamentali: durante lo studio teorico di tutte le materie educative e durante il periodo di tirocinio.

3. Accedere ad ambienti di eccellenza nel Design Editoriale

Per questo tipo di studi, TECH ha selezionato con cura centri di fama internazionale che ospiteranno i suoi studenti per 3 settimane. Tutte le aziende scelte per questo programma hanno una vasta esperienza e tecnologie specializzate per il Design Editoriale.





4. Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Attualmente, molti programmi di studio non riescono a conciliare gli interessi professionali degli studenti con una rapida e fattibile assimilazione delle conoscenze pratiche. Per questo motivo, TECH ha creato questa qualifica in cui gli studenti impareranno a fianco dei più esigenti e competenti esperti del settore del Design Editoriale.

5. Ampliare le frontiere della conoscenza

Questo Master Semipresenziale è stato progettato per ampliare gli orizzonti dei suoi studenti su scala internazionale.

Questo è possibile solo grazie alla rete di contatti e convenzioni di cui dispone TECH, la più grande università digitale del mondo al momento.

“

Avrai l'opportunità svolgere il tirocinio presso un centro di tua scelta”

03

Obiettivi

L'obiettivo di questo Master semipresenziale è quello di offrire ai professionisti del design un'esperienza di apprendimento completa e aggiornata con contenuti all'avanguardia nell'insegnamento accademico, in modo che possano accedere con successo a questo settore. Faciliterà il sistema di *Relearning*, basato sulla reiterazione dei contenuti, implementato da TECH in tutti i suoi programmi.

“

*Raggiungi i tuoi obiettivi con questa
qualifica e diventa un esperto in
Design Editoriale. Iscriviti subito”*



Obiettivo generale

- ♦ Gli obiettivi di questo Master Semipresenziale in Design Editoriale sono la capacità di concepire uno sviluppo grafico, di determinare i materiali appropriati per la realizzazione del design, di definire le tecniche ideali in base alla situazione grafica comunicativa, di portare a termine l'intero processo di creazione dei pezzi, di adattarli mediante diversi formati e di applicare correttamente il lavoro finale.





Obiettivi specifici

Modulo 1. Storia del design

- ♦ Avere una conoscenza di base delle scienze umane e sociali per poter proporre ricerche future, in base alle esigenze di ogni progetto
- ♦ Comprendere in modo critico la storia delle pratiche artistiche e del design contemporaneo, le argomentazioni e gli assiomi teorici che le sostengono e le strategie e i meccanismi che utilizzano per adattarsi alle nuove problematiche del design digitale
- ♦ Comprendere lo sviluppo del design nel corso della storia come integrazione di varie discipline: arte, cultura contemporanea, filosofia, sociologia, storia, storia dei media nel design digitale, linguistica-semiotica
- ♦ Acquisire uno spirito valutativo e critico per maturare la capacità di analisi e di sintesi nella pratica e nell'esecuzione delle funzioni di un designer
- ♦ Fungere da mediatori tra tecnologia e arte, idee e obiettivi, cultura e design
- ♦ Comprendere il rapporto tra patrimonio e design e capire come questo sia una caratteristica della cultura contemporanea

Modulo 2. Introduzione al colore

- ♦ Comprendere l'importanza del colore nell'ambiente visivo
- ♦ Acquisire la capacità di osservare, organizzare, discriminare e gestire il colore
- ♦ Applicare le basi psicologiche e semiotiche del colore nel design
- ♦ Acquisire, manipolare e preparare il colore per l'uso su supporti fisici e virtuali
- ♦ Acquisire la capacità di formulare giudizi indipendenti per mezzo di argomentazioni
- ♦ Sapersi documentare analizzando e interpretando le fonti documentarie e letterarie con criteri appropriati

Modulo 3. Design editoriale

- ♦ Conoscere i fondamenti del Design Editoriale nel contesto della stampa e del digitale, nonché le sue interrelazioni con altre aree
- ♦ Comprendere l'ambito e l'importanza del designer nel settore editoriale
- ♦ Conoscere la terminologia, le tecniche e i linguaggi specifici applicati ai processi di design: sistemi di pre-stampa e stampa, tecniche e supporti digitali e multimediali
- ♦ Creare pubblicazioni editoriali tenendo conto dell'insieme grafico e dei suoi elementi
- ♦ Acquisire, manipolare e preparare testi e immagini per l'uso in diversi media
- ♦ Progettare comunicazioni visive accattivanti e conformi agli standard grafici attuali
- ♦ Iniziare a utilizzare Adobe InDesign e conoscere correttamente gli elementi disponibili nel programma per realizzare le proprie idee grafiche

Modulo 4. Metodologie di design

- ♦ Conoscere i processi di base della metodologia scientifica nella storia del design: definizione della domanda, analisi integrale del lavoro di design, rilettura dei problemi, ricerca di informazioni sconosciute, formulazione di ipotesi, processi critici di sintesi e formulazione ragionata di conclusioni
- ♦ Comprendere il funzionamento dell'innovazione come motore del design
- ♦ Identificare i problemi legati al design, raccogliere e analizzare le informazioni necessarie per valutare e fornire soluzioni secondo criteri di efficienza: funzionale, ambientale, strutturale, costruttiva ed espressiva nel campo della professione
- ♦ Giustificare con un'argomentazione coerente e critica lo sviluppo di un progetto di design
- ♦ Conoscere a fondo le dinamiche del design management, che consente di applicare le conoscenze di marketing e di economia aziendale ai progetti di design
- ♦ Comprendere la pratica del design come metodo di ricerca in sé basato sulla creatività

Modulo 5. Graphic Design

- ♦ Conoscere i fondamenti del graphic design e le sue interrelazioni con altri settori: grafica pubblicitaria, Design Editoriale, corporate identity design, web design, packaging design, design tipografico, cartellonistica, segnaletica, multimedia design, new media design, ecc.
- ♦ Comprendere le basi, le funzioni e il valore del graphic design
- ♦ Analizzare il profilo di un graphic designer nella storia e nel mondo di oggi
- ♦ Comprendere gli elementi formali e di base del graphic design
- ♦ Imparare quali sono gli strumenti digitali più utilizzati nel campo del Graphic Design
- ♦ Conoscere e applicare gli elementi di base dell'organizzazione e della gestione di un progetto

Modulo 6. Etica, legislazione e deontologia professionale

- ♦ Acquisire la capacità di raccogliere e interpretare dati rilevanti con l'obiettivo di formulare giudizi che includano riflessioni su questioni etiche, ambientali e sociali
- ♦ Condurre la pratica professionale in modo etico, nel rispetto della legge e dei diritti universali
- ♦ Sviluppare le capacità di apprendimento necessarie per intraprendere ulteriori studi con un alto grado di autonomia
- ♦ Comprendere il rapporto professionale tra designer e cliente
- ♦ Acquisire competenze che dimostrino la capacità di risolvere i problemi attraverso l'argomentazione e la critica costruttiva
- ♦ Sviluppare la capacità di decidere in anticipo cosa deve essere fatto, chi deve farlo e come deve essere fatto

Modulo 7. Immagine Aziendale

- ♦ Acquisire, manipolare e preparare testi e immagini per l'uso in diversi media
- ♦ Conoscere le basi della tecnologia fotografica e audiovisiva
- ♦ Conoscere il linguaggio e le risorse espressive della fotografia e degli audiovisivi
- ♦ Conoscere le opere fotografiche e audiovisive rilevanti
- ♦ Collegare i linguaggi formali e simbolici con le funzionalità specifiche
- ♦ Gestire le attrezzature di base per l'illuminazione e la misurazione in fotografia
- ♦ Comprendere il comportamento e le caratteristiche della luce e apprezzarne le qualità espressive

Modulo 8. Tipografia

- ♦ Conoscere i principi sintattici del linguaggio grafico e applicarne le regole per descrivere oggetti e idee in modo chiaro e preciso
- ♦ Conoscere l'origine delle lettere e la loro importanza storica
- ♦ Riconoscere, studiare e applicare coerentemente la tipografia ai processi grafici
- ♦ Conoscere e applicare le basi estetiche della tipografia
- ♦ Saper analizzare la disposizione dei testi nell'oggetto di design
- ♦ Essere in grado di svolgere un lavoro professionale basato sulla composizione tipografica

Modulo 9. Impaginazione

- ♦ Creare pubblicazioni editoriali tenendo conto dell'insieme grafico e dei suoi elementi
- ♦ Conoscere il compito di un impaginatore e l'importanza del suo ruolo in ambito editoriale
- ♦ Comprendere i media digitali e la loro importanza nel contesto attuale
- ♦ Utilizzare Adobe InDesign per il corretto sviluppo di progetti grafici
- ♦ Utilizzare i social media da una prospettiva artistica, con la consapevolezza dell'importanza di una buona strategia grafica
- ♦ Acquisire un linguaggio editoriale per pubblicizzare un prodotto o un servizio , con uno scopo chiaro e specifico

Modulo 10. Arte finale

- ♦ Conoscere la terminologia, le tecniche e i linguaggi specifici applicati ai processi di design: sistemi di pre-stampa e stampa, tecniche, supporti digitali e multimediali
- ♦ Conoscere i sistemi di stampa per poter valutare quale sia l'alternativa migliore quando si tratta della forma fisica di un progetto grafico
- ♦ Conoscere le procedure da seguire per preparare correttamente una grafica finale per la stampa
- ♦ Sapere cos'è la rilegatura e conoscerne i diversi tipi
- ♦ Incorporare il vocabolario tecnico necessario , per una comunicazione fluida con i tecnici e i settori coinvolti nell'editoria



Questo programma 100% online, nella sua struttura teorica, ti darà l'opportunità di accedere ai contenuti più recenti sul Design Editoriale"

04

Competenze

Questo Master Semipresenziale fornisce al progettista un'ampia conoscenza del settore editoriale per acquisire le competenze tecniche necessarie a padroneggiare con assoluta sicurezza ciascuno degli strumenti e degli elementi che compongono un eccellente Design Editoriale. L'uso di casi di studio forniti in questa qualifica sarà molto utile nel processo di apprendimento.



“

Specializzati in un settore che ha subito una grande trasformazione in campo digitale. Aggiorna le tue conoscenze”

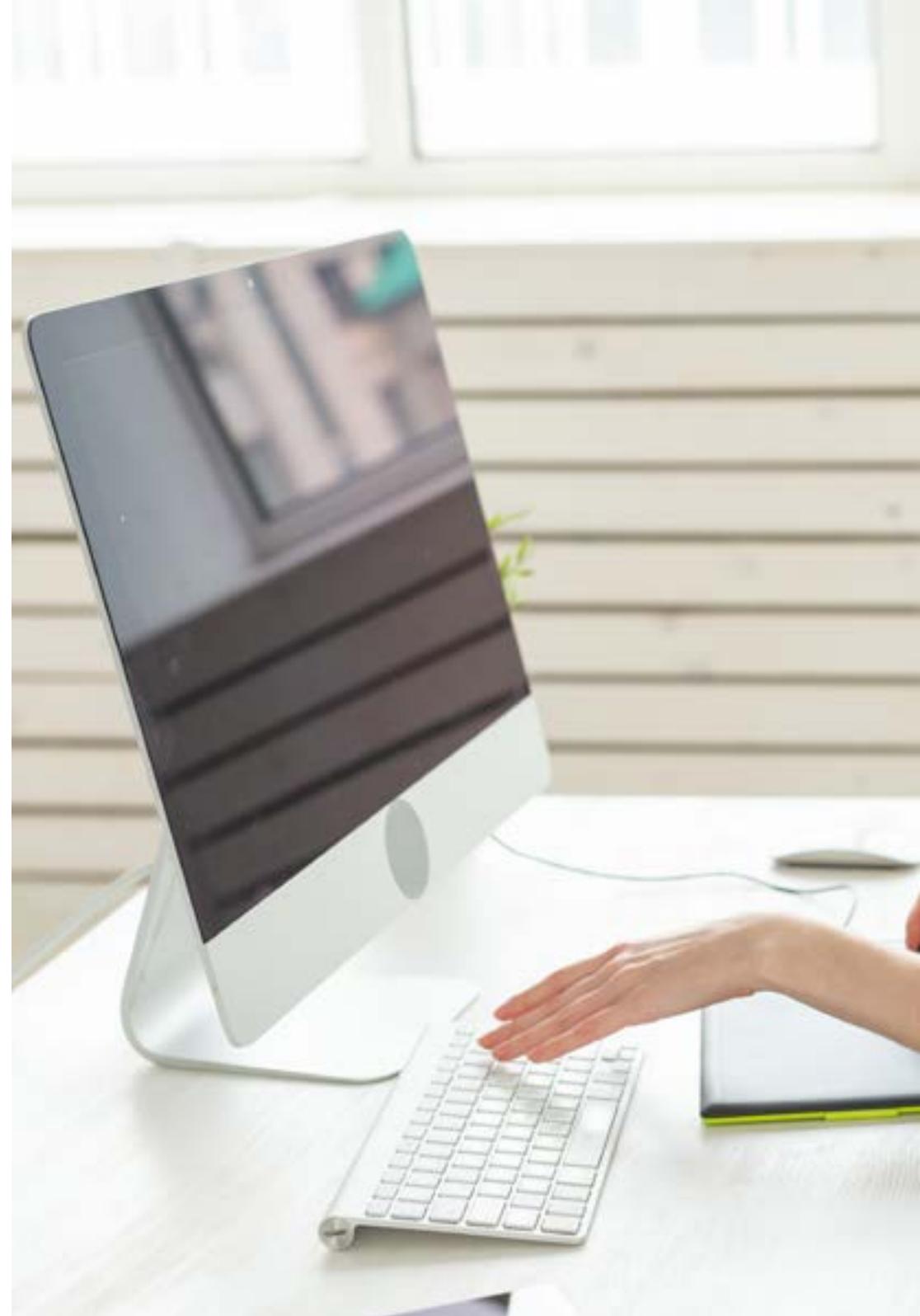


Competenze generali

- ♦ Creare e progettare le diverse parti di un progetto grafico
- ♦ Analizzare la validità dei diversi approcci
- ♦ Produrre un impatto sul pubblico di riferimento in modo efficace
- ♦ Controllare i processi produttivi interni ed esterni dei pezzi prodotti

“

*Gestisci alla perfezione il colore
nella tua applicazione grafica con
questo Master Semipresenziale”*





Competenze specifiche

- ♦ Descrivere la storia del graphic design
- ♦ Gestire i colori nella loro applicazione grafica
- ♦ Realizzare la progettazione editoriale
- ♦ Stabilire la metodologia appropriata per ogni tipo di progetto
- ♦ Conoscere il quadro giuridico in cui opera il graphic design
- ♦ Lavorare con le immagini digitali
- ♦ Riconoscere le diverse tipologie tipografiche adatte a ciascun progetto
- ♦ Rifinire le pubblicazioni
- ♦ Produrre l'arte finale

05

Direzione del corso

TECH ha riunito un eccezionale personale docente per sviluppare un programma di preparazione di primo livello nel campo del Design Editoriale. Con una vasta esperienza internazionale in pubblicazioni rinomate come la rivista TIME, questi esperti forniscono agli studenti competenze distintive in un campo altamente competitivo. Questa collaborazione garantisce la massima qualità e pertinenza dei contenuti, adattati ai requisiti professionali più esigenti.





“

Approfitta delle conoscenze di redattori di fama internazionale e della loro esperienza nelle migliori pubblicazioni del mondo"

Direttore Ospite Internazionale

D.W. Pine è un punto di riferimento internazionale nel campo del design editoriale. In qualità di direttore creativo della rivista Time, è responsabile della progettazione, del marketing e della direzione delle tirature di una delle principali pubblicazioni editoriali del mondo. Nel corso della sua carriera, ha disegnato più di 850 copertine e ha supervisionato 7 progetti di "Person of the Year".

In questo ruolo, Pine è responsabile della progettazione e della produzione della copertina di Time ogni settimana e della gestione di un team creativo di oltre una dozzina di direttori artistici, designer, artisti dell'infografica e ricercatori. Inoltre, supervisiona il design del marchio Time e di altre proprietà digitali come Time for Kids.

Oltre a occuparsi di design, Pine scrive occasionalmente per la rivista Time e ha pubblicato più di 1.100 pezzi come scrittore per l'Atlanta Journal-Constitution.

Come relatore, Pine ha partecipato a eventi e workshop in tutto il mondo, tra cui il workshop di design per giornalisti a Pechino, in Cina, e altre conferenze di alto livello in Europa. È inoltre intervenuto in conferenze, università e festival in tutti gli Stati Uniti, tra cui New York, San Francisco, San Diego, Washington D.C., Portland, Tampa e Atlanta.

Il suo lavoro ha ricevuto decine di premi di settore, tra cui la nomina per due volte nella lista Folio 100 (2016 e 2017) e i premi Best Designed Magazine 2013 e Best Cover of the Year 2017 dell'American Society of Magazine Editors.



D. D.W., Pine

- Direttore Creativo della Rivista TIME, New York
- Direttore creativo della rivista Time
- Designer della copertina settimanale della rivista Time
- Designer dell'Atlanta Journal-Constitution
- Laurea in Marketing e Amministrazione presso l'Università di Georgia
- Premi: Best Designed Magazine 2013, Best Cover of the Year 2017 e Lista Folio 2016 e 2017
- Docente in eventi di design in Asia, Europa e America

“

Grazie a TECH potrai imparare grazie ai migliori professionisti al mondo”

06

Strutturazione del programma

Il piano di studi di questa qualifica è stato creato per fornire una visione globale della storia del design, al fine di offrire agli studenti una conoscenza di base indispensabile prima di approcciarsi ad aspetti più tecnici e altrettanto necessari, come l'impaginazione, la tipografia o la fotografia. Tutto completato da una biblioteca di risorse multimediali e da letture essenziali fornite da specialisti nel campo del Design Editoriale.

“

*I casi di studio forniti in questa
qualifica saranno di grande utilità e
applicazione nel settore editoriale”*

Modulo 1. Storia del design

- 1.1. A cosa serve conoscere la storia?
 - 1.1.1. Valorizzare la storia
 - 1.1.2. Anticipare il futuro
 - 1.1.3. Il passato ci rende liberi
 - 1.1.4. Conclusioni
- 1.2. Considerare la "storia del design" come disciplina
 - 1.2.1. Come creare la storia dalla storia?
 - 1.2.2. Contesto preso in considerazione
 - 1.2.3. Lo sviluppo della disciplina: Anni 70, 80 e 90
 - 1.2.4. L'oggetto di studio della storia del design
 - 1.2.5. Tendenze e linee di ricerca
- 1.3. Rivoluzione Industriale e altre correnti
 - 1.3.1. Conseguenze della Rivoluzione Industriale sul design
 - 1.3.2. L'influenza orientale
 - 1.3.3. Arts & Crafts. William Morris
 - 1.3.4. Estetismo
 - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4. Itinerario storico I
 - 1.4.1. Sessione Viennese
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. Il costruttivismo russo
 - 1.4.4. Il movimento De Stijl e il Neoplasticismo
- 1.5. La Bauhaus
 - 1.5.1. Che cos'è la Bauhaus?
 - 1.5.2. Prima fase
 - 1.5.3. Seconda fase
 - 1.5.4. Terza fase
 - 1.5.5. Principi di base
 - 1.5.6. Influenze
- 1.6. Itinerario storico II
 - 1.6.1. Art Déco
 - 1.6.2. Stile internazionale
 - 1.6.3. Design del dopoguerra
 - 1.6.4. La Scuola di Ulm
 - 1.6.5. La Scuola Svizzera
- 1.7. Il funzionale e il funzionalista
 - 1.7.1. La visione funzionalista
 - 1.7.2. Il bello e il pratico
 - 1.7.3. Le analogie del funzionalismo
 - 1.7.4. Il funzionalismo come stile
- 1.8. Itinerario storico III
 - 1.8.1. La scuola di New York
 - 1.8.2. Aerodinamismo americano
 - 1.8.3. Design scandinavo
 - 1.8.4. Design democratico
- 1.9. Altre tendenze
 - 1.9.1. Il Pop
 - 1.9.2. *High TECH*
 - 1.9.3. *Minimal*
 - 1.9.4. *Kitsch*
- 1.10. L'era digitale
 - 1.10.1. La rivoluzione informatica
 - 1.10.2. Design assistito tramite computer
 - 1.10.3. *Biodesign* neobiomorfismo, design *friendly*
 - 1.10.4. Immagini digitali e nuove tipografie

Modulo 2. Introduzione al colore

- 2.1. Colore, principi e proprietà
 - 2.1.1. Introduzione al colore
 - 2.1.2. Luce e colore: Sinestesia cromatica
 - 2.1.3. Attributi del colore
 - 2.1.4. Pigmenti e coloranti
- 2.2. Colori nel cerchio cromatico
 - 2.2.1. Il cerchio cromatico
 - 2.2.2. Colori freddi e caldi
 - 2.2.3. Colori primari e derivati
 - 2.2.4. Relazioni cromatiche: armonia e contrasto
- 2.3. Psicologia del colore
 - 2.3.1. Costruzione del significato di un colore
 - 2.3.2. Carica emotiva
 - 2.3.3. Valore denotativo e connotativo
 - 2.3.4. Marketing emotivo La carica del colore
- 2.4. Teoria del colore
 - 2.4.1. Una teoria scientifica Isaac Newton
 - 2.4.2. La teoria dei colori di Goethe
 - 2.4.3. Apprendere la teoria dei colori di Goethe
 - 2.4.4. La psicologia del colore secondo Eva Heller
- 2.5. Insistere sulla classificazione dei colori
 - 2.5.1. Il doppio cono di Guillermo Ostwald
 - 2.5.2. Il solido di Albert Munsell
 - 2.5.3. Il cubo di Alfredo Hicethier
 - 2.5.4. Il triangolo CIE (Commission Internationale de l'Eclairage)
- 2.6. Lo studio individuale dei colori
 - 2.6.1. Bianco e Nero
 - 2.6.2. Colori neutri La scala di grigi
 - 2.6.3. Monocromia, bicromia, policromia
 - 2.6.4. Aspetti simbolici e psicologici dei colori
- 2.7. Modelli a colori
 - 2.7.1. Modello sottrattivo Modalità CMYK
 - 2.7.2. Modello additivo Modalità RGB
 - 2.7.3. Modello HSB
 - 2.7.4. Sistema Pantone La Pantone
- 2.8. Dalla Bauhaus a Murakami
 - 2.8.1. La Bauhaus e i suoi artisti
 - 2.8.2. La teoria della Gestalt al servizio del colore
 - 2.8.3. Josef Albers L'interazione del colore
 - 2.8.4. Murakami, le connotazioni dell'assenza di colore
- 2.9. Il colore nel progetto di design
 - 2.9.1. Pop art. Il colore delle culture
 - 2.9.2. Creatività e colore
 - 2.9.3. Artisti contemporanei
 - 2.9.4. Analisi di diverse ottiche e prospettive
- 2.10. Gestione del colore nell'ambiente digitale
 - 2.10.1. Spazi di colore
 - 2.10.2. Profili di Colore
 - 2.10.3. Calibrazione di monitori
 - 2.10.4. A cosa prestare attenzione

Modulo 3. Design editoriale

- 3.1. Tecnologia manuale della comunicazione e informazione scritta
 - 3.1.1. Introduzione
 - 3.1.2. Le forme iniziali di scrittura
 - 3.1.3. Supporti per la scrittura a mano
 - 3.1.4. Livelli di rappresentazione grafica nella scrittura precoce
 - 3.1.5. Classificazione generale dei segni di scrittura
 - 3.1.6. La nascita e lo sviluppo dell'alfabeto: l'indipendenza del segno di scrittura
 - 3.1.7. Scrittura, memoria delle informazioni
 - 3.1.8. Le forme della scrittura alfabetica latina: osservazione diacronica
 - 3.1.9. Immagini nel mondo della scrittura a mano
- 3.2. Sistema di stampa
 - 3.2.1. Introduzione
 - 3.2.2. Dalla riproduzione manuale alla riproduzione meccanizzata della scrittura a mano
 - 3.2.3. L'imitazione, denominatore comune delle prime copie meccaniche delle informazioni
 - 3.2.4. Il contesto della riproduzione meccanizzata dell'informazione nell'Antichità
 - 3.2.5. La xilografia, il predecessore più prossimo alla tecnologia di Gutenberg
 - 3.2.6. Conoscenze tecnologiche preesistenti ed elementi necessari per la stampa di Gutenberg
 - 3.2.7. La macchina da stampa di Gutenberg
 - 3.2.8. Lo sviluppo delle fasi di composizione e stampa dell'informazione scritta
- 3.3. Forme e funzioni degli elementi del design giornalistico
 - 3.3.1. Introduzione
 - 3.3.2. Che cos'è il design giornalistico della comunicazione scritta e dell'informazione?
 - 3.3.3. Gli elementi del design giornalistico
- 3.4. Immagini
 - 3.4.1. Introduzione
 - 3.4.2. Immagini giornalistiche
 - 3.4.3. Infografica: natura, caratteristiche, funzioni e forme
 - 3.4.4. Risorse grafiche non testuali e non iconiche





- 3.5. Il colore
 - 3.5.1. Introduzione
 - 3.5.2. Natura, funzione e processi di sintesi del colore
 - 3.5.3. Separazione dei colori nelle arti grafiche
 - 3.5.4. Funzioni e possibilità espressive del colore nei media scritti
 - 3.5.5. Caratteristiche delle tinte piatte
- 3.6. Tipografie: identità e uso
 - 3.6.1. Introduzione
 - 3.6.2. Che cos'è la tipografia?
 - 3.6.3. La morfologia del carattere: implicazioni semantiche
 - 3.6.4. Classificazioni dei caratteri tipografici
 - 3.6.5. Le funzioni della tipografia
 - 3.6.6. Tipografia al computer
- 3.7. Formati e design dell'informazione giornalistica
 - 3.7.1. Introduzione
 - 3.7.2. Evoluzione diacronica del design giornalistico nella carta stampata
 - 3.7.3. Il formato, la prima circostanza spaziale
 - 3.7.4. La distribuzione e l'architettura dello spazio pagina
 - 3.7.5. Design modulare
 - 3.7.6. Il diagramma di Gutenberg
 - 3.7.7. Il VIC
- 3.8. Design e comunicazione giornalistica Ordine e gerarchia
 - 3.8.1. Introduzione
 - 3.8.2. L'obiettivo fondamentale della progettazione giornalistica
 - 3.8.3. Criteri per la distribuzione delle informazioni
 - 3.8.4. Strutture di base del layout di pagina
 - 3.8.5. Sistemi di equilibrio nell'espressione dei significanti informativi
 - 3.8.6. Principi di base applicabili alla progettazione giornalistica
 - 3.8.7. La prima pagina
 - 3.8.8. Le pagine interne del giornale

- 3.9. Cambiamenti tecnologici nei processi di comunicazione
 - 3.9.1. Introduzione
 - 3.9.2. Cambiamenti tecnologici nella comunicazione scritta e nei processi informativi immediatamente precedenti alla digitalizzazione
 - 3.9.3. Digitalizzazione, un cambio di marcia nello sviluppo della comunicazione scritta e dell'informazione
- 3.10. La mediazione digitale nel giornalismo di oggi
 - 3.10.1. Introduzione
 - 3.10.2. La mediazione digitale nel giornalismo di oggi
 - 3.10.3. Informazioni scritte nel giornalismo digitale

Modulo 4. Metodologie di design

- 4.1. Sulla metodologia e sul design
 - 4.1.1. Che cos'è la metodologia del design?
 - 4.1.2. Differenze tra metodo, metodologia e tecnica
 - 4.1.3. Tipi di tecniche metodologiche
 - 4.1.4. Deduzione, Induzione e abduzione
- 4.2. Introduzione alla ricerca sul design
 - 4.2.1. Ereditare il metodo scientifico
 - 4.2.2. Concetti generali dei processi di ricerca
 - 4.2.3. Principali fasi del processo di ricerca
 - 4.2.4. Linea temporale
- 4.3. Alcune proposte metodologiche
 - 4.3.1. Proposte per una nuova metodologia di Burdek Bernhard
 - 4.3.2. L'approccio sistematico di Bruce Archer per i designer
 - 4.3.3. Il design integrato generalizzante di Victor Papanek
 - 4.3.4. Metodo progettuale di Bruno Munari
 - 4.3.5. Il processo di risoluzione creativa dei problemi di Bernd Löbach
 - 4.3.6. Altri autori e schemi di altri metodi
- 4.4. Definizione del problema
 - 4.4.1. Identificazione e analisi dei bisogni
 - 4.4.2. Il *briefing* che cos'è?
 - 4.4.3. Cosa deve includere un buon *briefing*?
 - 4.4.4. Suggestimenti per la preparazione di un *briefing*
- 4.5. Ricerca per il progetto
 - 4.5.1. Studio di base
 - 4.5.2. Coinvolgimento del progetto
 - 4.5.3. Studio del pubblico di *target*
 - 4.5.4. Strumenti nello studio del *target*
- 4.6. Contesto competitivo
 - 4.6.1. In relazione al mercato
 - 4.6.2. Analisi della competenza
 - 4.6.3. Proposte di valore
- 4.7. Studio di fattibilità
 - 4.7.1. Fattibilità sociale e Analisi SWOT
 - 4.7.2. Fattibilità tecnica
 - 4.7.3. Fattibilità economica
- 4.8. Possibili soluzioni al *briefing*
 - 4.8.1. L'emotività nei processi creativi
 - 4.8.2. Divergenza, trasformazione e convergenza
 - 4.8.3. Raccolta di idee, *brainstorming*
 - 4.8.4. Confronto tra idee
- 4.9. Decisione degli obiettivi
 - 4.9.1. Obiettivi generali
 - 4.9.2. Obiettivi specifici
 - 4.9.3. Obiettivi tecnici
 - 4.9.4. Obiettivi estetici e comunicativi
 - 4.9.5. Obiettivi di mercato
- 4.10. Sviluppo di idee
 - 4.10.1. Il *feedback* nella fase ideativa
 - 4.10.2. I bozzetti
 - 4.10.3. Presentazione delle idee
 - 4.10.4. Metodi di monitoraggio e valutazione critica

Modulo 5. Graphic design

- 5.1. Introduzione al graphic design
 - 5.1.1. Cos'è il graphic design?
 - 5.1.2. Funzioni di graphic design
 - 5.1.3. Aree di intervento nel graphic design
 - 5.1.4. Il valore del graphic design
- 5.2. Il graphic design come attività professionale
 - 5.2.1. L'influenza della tecnologia sullo sviluppo della professione
 - 5.2.2. Qual è il ruolo del graphic designer?
 - 5.2.3. Settori professionali
 - 5.2.4. Il designer come cittadino
- 5.3. Elementi di base
 - 5.3.1. Il punto
 - 5.3.2. La linea
 - 5.3.3. La forma
 - 5.3.4. La texture
 - 5.3.5. Lo spazio
- 5.4. Elementi formali
 - 5.4.1. Contrasto
 - 5.4.2. Equilibrio
 - 5.4.3. Proporzione
 - 5.4.4. Ritmo
 - 5.4.5. Armonia
 - 5.4.6. Movimento
 - 5.4.7. Unità
- 5.5. Punti di riferimento del graphic design del XX e XXI secolo
 - 5.5.1. I graphic designer che hanno lasciato un segno nella storia
 - 5.5.2. I designer più importanti
 - 5.5.3. Graphic designer oggi
 - 5.5.4. Riferimenti visivi
- 5.6. Manifesti
 - 5.6.1. Il manifesto pubblicitario
 - 5.6.2. Funzioni
 - 5.6.3. Manifesti del XIX secolo
 - 5.6.4. Riferimenti visivi
- 5.7. Lo stile grafico
 - 5.7.1. Linguaggio iconico e cultura di massa
 - 5.7.2. Il graphic design e il suo rapporto con l'arte
 - 5.7.3. Lo stile grafico
 - 5.7.4. Il design non è una professione, bensì uno stile di vita
- 5.8. Dalla strada all'agenzia
 - 5.8.1. Il design come ultima avanguardia
 - 5.8.2. Arte urbana o *street art*
 - 5.8.3. Arte urbana applicata alla pubblicità
 - 5.8.4. Arte urbana e branding
- 5.9. Strumenti digitali più utilizzati
 - 5.9.1. Adobe Lightroom
 - 5.9.2. Adobe Photoshop
 - 5.9.3. Adobe Illustrator
 - 5.9.4. Adobe InDesign
 - 5.9.5. Corel Draw
- 5.10. Avvio del progetto di design
 - 5.10.1. *Il briefing*
 - 5.10.2. Definizione
 - 5.10.3. Giustificazione
 - 5.10.4. Implicazioni
 - 5.10.5. Obiettivi
 - 5.10.6. Metodologia

Modulo 6. Etica, legislazione e deontologia professionale

- 6.1. Etica, morale, diritto e deontologia professionale
 - 6.1.1. Questioni di base sull'etica Alcuni dilemmi morali
 - 6.1.2. Analisi concettuale e origine etimologica
 - 6.1.3. Differenze tra morale ed etica
 - 6.1.4. Il legame tra etica, morale, diritto e deontologia
- 6.2. La proprietà intellettuale
 - 6.2.1. Che cos'è la proprietà intellettuale?
 - 6.2.2. Tipologie di proprietà intellettuale
 - 6.2.3. Plagio e violazione del copyright
 - 6.2.4. *Anticopyright*
- 6.3. Aspetti pratici dell'etica corrente
 - 6.3.1. Utilitarismo, consequenzialismo e deontologia
 - 6.3.2. Agire in modo coerente piuttosto che agire per principio
 - 6.3.3. Efficienza dinamica dell'agire sui principi
- 6.4. Legislazione e morale
 - 6.4.1. Concetto di legislazione
 - 6.4.2. Concetto di morale
 - 6.4.3. Il legame tra legge e morale
 - 6.4.4. Da giusto a ingiusto sulla base di un ragionamento logico
- 6.5. Condotta professionale
 - 6.5.1. Trattare con il cliente
 - 6.5.2. L'importanza di concordare termini e condizioni
 - 6.5.3. I clienti non comprano il design
 - 6.5.4. Condotta professionale
- 6.6. Responsabilità nei confronti degli altri designer
 - 6.6.1. La competitività
 - 6.6.2. Il prestigio della professione
 - 6.6.3. L'impatto sulle altre professioni
 - 6.6.4. Il rapporto con gli altri colleghi La critica
- 6.7. Responsabilità sociali
 - 6.7.1. Il design inclusivo e la sua importanza
 - 6.7.2. Caratteristiche da tenere in considerazione
 - 6.7.3. Un cambio di mentalità
 - 6.7.4. Esempi e riferimenti
- 6.8. Responsabilità nei confronti della realtà circostante
 - 6.8.1. Eco-design: perché è così importante?
 - 6.8.2. Caratteristiche del design sostenibile
 - 6.8.3. Implicazioni ambientali
 - 6.8.4. Esempi e riferimenti
- 6.9. Conflitti etici e decisioni pratiche
 - 6.9.1. Condotta e pratiche responsabili sul posto di lavoro
 - 6.9.2. Buone pratiche per il designer digitale
 - 6.9.3. Come risolvere i conflitti di interesse?
 - 6.9.4. Come comportarsi con i regali
- 6.10. Conoscenza libera: licenze Creative Commons
 - 6.10.1. Cosa sono?
 - 6.10.2. Tipi di licenza
 - 6.10.3. Simbologia
 - 6.10.4. Usi specifici

Modulo 7. Immagine Aziendale

- 7.1. L'importanza dell'immagine per l'impresa
 - 7.1.1. Che cos'è l'immagine aziendale?
 - 7.1.2. Differenze tra identità e immagine aziendale
 - 7.1.3. Dove si può manifestare l'immagine aziendale?
 - 7.1.4. Situazioni di cambiamento dell'immagine aziendale perché ottenere una buona immagine aziendale?
- 7.2. Tecniche di ricerca in immagine aziendale
 - 7.2.1. Introduzione
 - 7.2.2. Lo studio dell'immagine aziendale
 - 7.2.3. Tecniche di ricerca dell'immagine aziendale
 - 7.2.4. Tecniche di ricerca qualitativa sulle immagini
 - 7.2.5. Tipi di tecniche quantitative
- 7.3. Controllo e strategia d'immagine
 - 7.3.1. Che cos'è il controllo delle immagini?
 - 7.3.2. Linee guida
 - 7.3.3. Metodologia di controllo
 - 7.3.4. Pianificazione strategica
- 7.4. Cultura aziendale
 - 7.4.1. Che cos'è la cultura aziendale?
 - 7.4.2. Fattori coinvolti nella cultura aziendale
 - 7.4.3. Funzioni della cultura aziendale
 - 7.4.4. Tipi di cultura aziendale
- 7.5. Responsabilità sociale d'impresa e reputazione aziendale
 - 7.5.1. RSI: concetto e applicazione aziendale
 - 7.5.2. Linee guida per l'integrazione della RSI nelle imprese
 - 7.5.3. Comunicazione della RSI
 - 7.5.4. Reputazione aziendale
- 7.6. L'identità visiva aziendale e il *namig*
 - 7.6.1. Strategie di identità visiva aziendale
 - 7.6.2. Elementi di base
 - 7.6.3. Principi di base
 - 7.6.4. Sviluppo manuale
 - 7.6.5. Il *namig*
- 7.7. Immagine e posizionamento del brand
 - 7.7.1. Le origini dei brand
 - 7.7.2. Che cos'è un brand?
 - 7.7.3. La necessità di costruire un brand
 - 7.7.4. Immagine e posizionamento del brand
 - 7.7.5. Il valore del brand
- 7.8. Gestione dell'immagine attraverso la comunicazione di crisi
 - 7.8.1. Piano strategico di comunicazione
 - 7.8.2. Quando tutto va male: la comunicazione di crisi
 - 7.8.3. Casi
- 7.9. L'influenza delle promozioni sull'Immagine aziendale
 - 7.9.1. Il nuovo panorama dell'industria pubblicitaria
 - 7.9.2. Marketing promozionale
 - 7.9.3. Caratteristiche
 - 7.9.4. Pericoli
 - 7.9.5. Tipi e tecniche promozionali
- 7.10. La distribuzione e l'immagine del punto vendita
 - 7.10.1. I principali protagonisti della distribuzione commerciale
 - 7.10.2. L'immagine delle aziende della distribuzione al dettaglio attraverso il posizionamento
 - 7.10.3. Attraverso il loro nome e il logo

Modulo 8. Tipografia

- 8.1. Introduzione alla tipografia
 - 8.1.1. Che cos'è la tipografia?
 - 8.1.2. Il ruolo della tipografia nel graphic design
 - 8.1.3. Sequenza, contrasto, forma e controforma
 - 8.1.4. Relazione e differenze tra tipografia, calligrafia e lettering
- 8.2. Le molteplici origini della scrittura
 - 8.2.1. Scrittura ideografica
 - 8.2.2. L'alfabeto fenicio
 - 8.2.3. L'alfabeto romano
 - 8.2.4. La riforma carolingia
 - 8.2.5. L'alfabeto latino moderno
- 8.3. Gli inizi della tipografia
 - 8.3.1. La stampa, una nuova era I primi tipografi
 - 8.3.2. La rivoluzione industriale: la litografia
 - 8.3.3. Modernismo: gli inizi della tipografia commerciale
 - 8.3.4. Le avanguardie
 - 8.3.5. Il periodo tra le due guerre
- 8.4. Il ruolo delle scuole di design nella tipografia
 - 8.4.1. La Bauhaus
 - 8.4.2. Herbert Bayer
 - 8.4.3. Psicologia della Gestalt
 - 8.4.4. La Scuola Svizzera
- 8.5. Tipografia attuale
 - 8.5.1. 1960-1970, i precursori della rivolta
 - 8.5.2. Postmodernismo, decostruttivismo e tecnologia
 - 8.5.3. Dove sta andando la tipografia?
 - 8.5.4. Caratteri tipografici di tendenza
- 8.6. Forma tipografica I
 - 8.6.1. Anatomia della calligrafia
 - 8.6.2. Misure e attributi del tipo
 - 8.6.3. Famiglie di caratteri tipografici
 - 8.6.4. High case, low case e small cap
 - 8.6.5. Differenza tra tipografia, font e famiglia di caratteri
 - 8.6.6. Filetti, linee ed elementi geometrici
- 8.7. Forma tipografica II
 - 8.7.1. La combinazione tipografica
 - 8.7.2. Formati dei caratteri (PostScript-TrueType-OpenType)
 - 8.7.3. Licenze per i caratteri tipografici
 - 8.7.4. Chi dovrebbe acquistare la licenza, il cliente o il designer?
- 8.8. Correzione tipografica e composizione di testi
 - 8.8.1. Spaziatura tra le lettere *Tracking e kerning*
 - 8.8.2. Spaziatura tra le parole Il quadratino
 - 8.8.3. Interlinea
 - 8.8.4. Il corpo del carattere
 - 8.8.5. Attributi del testo
- 8.9. Il design delle lettere
 - 8.9.1. Processo creativo
 - 8.9.2. Materiali tradizionali e digitali
 - 8.9.3. L'uso della tavoletta grafica e dell'ipad
 - 8.9.4. Tipografia digitale: contorni e bitmap
- 8.10. Poster tipografici
 - 8.10.1. La calligrafia come base per il design delle lettere
 - 8.10.2. Come creare una composizione tipografica di grande impatto?
 - 8.10.3. Riferimenti visivi
 - 8.10.4. La fase degli schizzi
 - 8.10.5. Progetto

Modulo 9. Impaginazione

- 9.1. Definizione e contestualizzazione
 - 9.1.1. Rapporto tra design editoriale e impaginazione
 - 9.1.2. Evoluzione del processo di impaginazione Il futuro
 - 9.1.3. Fattori di design: proporzione, colore, tensione, equilibrio e movimento
 - 9.1.4. L'importanza dello spazio bianco
- 9.2. Design editoriale di riviste
 - 9.2.1. Riviste, l'apice della bellezza
 - 9.2.2. Tipi di layout delle riviste Riferimenti
 - 9.2.3. Le riviste digitali e la loro importanza oggi
 - 9.2.4. Elementi di pubblicazione
- 9.3. Design editoriale di un giornale
 - 9.3.1. I quotidiani, tra informazione e bellezza grafica
 - 9.3.2. Come differenziarsi nelle notizie generaliste
 - 9.3.3. Formati dei quotidiani
 - 9.3.4. Tendenze editoriali Riferimenti
- 9.4. Introduzione della pubblicità nel processo di impaginazione
 - 9.4.1. Che cos'è la pubblicità? Tipologie
 - 9.4.2. Vantaggi e svantaggi dell'inserimento di pubblicità in impaginazione
 - 9.4.3. Come introdurre la pubblicità cartacea?
 - 9.4.4. Come introdurre la pubblicità sui media digitali?
- 9.5. La scelta tipografica
 - 9.5.1. Caratteri tipografici editoriali
 - 9.5.2. L'importanza della dimensione
 - 9.5.3. Tipografia nei media stampati
 - 9.5.4. Tipografia nei media digitali
- 9.6. Ortotipografia
 - 9.6.1. Che cos'è l'ortotipografia?
 - 9.6.2. Microtipografia e macrotipografia
 - 9.6.3. Importanza dell'ortotipografia
 - 9.6.4. Errori di ortotipografia
- 9.7. Condurre il processo di impaginazione sui social media?
 - 9.7.1. La portata dell'impaginazione sui social network
 - 9.7.2. L'Hashtag e la sua importanza
 - 9.7.3. La biografia su Instagram
 - 9.7.4. *Grid* su Instagram
- 9.8. Copywriting
 - 9.8.1. Cos'è il *copywriting*?
 - 9.8.2. Semplificare il copy. È il primo impatto che conta
 - 9.8.3. Applicazioni di *copywriting*
 - 9.8.4. Diventare un buon *copywriter*
- 9.9. InDesign in dettaglio
 - 9.9.1. Aggiunta di testo a una traccia
 - 9.9.2. Utilizzo del pannello dei caratteri e del pannello dei paragrafi
 - 9.9.3. Differenze tra testo sottolineato e righe di paragrafo
 - 9.9.4. Controllo delle linee vedove e orfane
 - 9.9.5. Ortotipografia: visualizzare i caratteri nascosti
- 9.10. Progetti di impaginazione
 - 9.10.1. Realizzare una rivista in InDesign
 - 9.10.2. Aspetti da considerare
 - 9.10.3. Riferimenti visivi: grandi lavori di editing su Instagram
 - 9.10.4. Aggiornare Instagram con una strategia di impaginazione

Modulo 10. Arte finale

- 10.1. Introduzione all'arte finale
 - 10.1.1. Che cos'è un'arte finale?
 - 10.1.2. L'inizio dell'arte finale
 - 10.1.3. L'evoluzione dell'arte finale
 - 10.1.4. Strumenti di base
- 10.2. Elementi necessari per la realizzazione di una stampa
 - 10.2.1. Supporto
 - 10.2.2. Materia colorante
 - 10.2.3. La forma
 - 10.2.4. Le macchine
- 10.3. Stampa planografica
 - 10.3.1. Che cos'è la stampa planografica?
 - 10.3.2. Sistemi Offset
 - 10.3.3. Proprietà dei sistemi di stampa Offset
 - 10.3.4. Vantaggi e svantaggi
- 10.4. Stampa calcografica
 - 10.4.1. Che cos'è la stampa calcografica?
 - 10.4.2. Stampa a rotocalco
 - 10.4.3. Proprietà dei sistemi di stampa a rotocalco
 - 10.4.4. Finitura
- 10.5. Stampa in rilievo
 - 10.5.1. Che cos'è la stampa a rilievo?
 - 10.5.2. Cliché tipografici e cliché flessografici
 - 10.5.3. Proprietà
 - 10.5.4. Rifiniture
- 10.6. Stampa permeografica
 - 10.6.1. Che cos'è la stampa permeografica?
 - 10.6.2. Stampa serigrafica
 - 10.6.3. Proprietà fisico-chimiche dei retini per serigrafia
 - 10.6.4. Vantaggi e svantaggi



- 10.7. Stampa digitale
 - 10.7.1. Che cos'è la stampa digitale?
 - 10.7.2. Vantaggi e svantaggi
 - 10.7.3. Stampa offset o digitale?
 - 10.7.4. Sistemi di stampa digitale
- 10.8. Approfondimento dei supporti
 - 10.8.1. Supporti cartacei
 - 10.8.2. Supporti rigidi
 - 10.8.3. Supporti tessili
- 10.9. Rilegatura
 - 10.9.1. Che cos'è la rilegatura?
 - 10.9.2. Rilegatura industriale
 - 10.9.3. La tradizione continua a vivere
 - 10.9.4. Tipi di rilegatura
- 10.10. Preparazione delle arti finali Considerazioni ambientali
 - 10.10.1. Il formato PDF: Adobe Acrobat
 - 10.10.2. Il preflight: controllo del colore, della tipografia, delle misure, ecc
 - 10.10.3. Pensare prima di stampare L'impatto ambientale
 - 10.10.4. Stampa sostenibile

“

Questo Master Semipresenziale ti fornirà tutta l'esperienza necessaria per creare design spettacolari in formato cartaceo e digitale”

07 Tirocinio

Una volta completata la fase teorica di questo Master Semipresenziale, gli studenti avranno l'opportunità di mettere in pratica tutte le conoscenze acquisite in un'importante azienda del settore, dove professionisti del design specializzati nell'industria editoriale mostreranno loro le principali tecniche e software utilizzati.





“

Realizza il tuo tirocinio con i software più utilizzati dalle aziende del settore del Design Editoriale. Iscriviti subito”

Il periodo di Tirocinio di questo programma in Design Editoriale è stato progettato in modo che gli studenti ottengano un apprendimento il più completo possibile grazie a un periodo di 3 settimane presso un'azienda leader nel campo del Design Editoriale. In questo modo, dal lunedì al venerdì, gli studenti trascorreranno otto ore consecutive in un tirocinio con professionisti del design che potranno apportare tutte le loro conoscenze nel mondo dell'editoria, dell'impaginazione, della fotografia, della grafica, della tipografia e dell'immagine aziendale.

Si tratta di un'ottima opportunità per i professionisti che desiderano specializzarsi in un settore che richiede la padronanza dei principali software utilizzati nel settore, oltre a padroneggiare i concetti di composizione grafica nell'ambito del Design Editoriale, prestando attenzione a texture, spazi, contrasti, equilibrio e proporzioni. Tra le attività che verranno svolte durante questo tirocinio ci sono la scelta di una corretta strategia d'immagine, la gestione dell'uso del colore in un progetto pratico di design digitale ed editoriale, la gestione di diversi tipi di tipografia, l'adattamento al supporto in cui verrà pubblicato e la padronanza dell'arte finale dell'impaginazione.

L'insegnamento pratico sarà realizzato con la partecipazione attiva dello studente che svolge le attività e le procedure di ogni area di competenza (imparare a imparare e imparare a fare), con l'accompagnamento e la guida dei docenti e degli altri partner didattici che facilitano il lavoro di gruppo e l'integrazione multidisciplinare come competenze trasversali per la prassi del design (imparare a essere e imparare a relazionarsi).



Le procedure descritte di seguito costituiranno la base della parte pratica del tirocinio e la loro attuazione sarà soggetta alla disponibilità e al carico di lavoro del centro stesso; le attività proposte sono le seguenti:

Modulo	Attività Pratica
Graphic design e immagine aziendale per l'industria editoriale	Comporre un buon Graphic Design all'interno del Design Editoriale, prestando attenzione a texture, spazi, contrasti, equilibrio, proporzioni, ecc.
	Produrre segnaletica funzionale in formato digitale o tradizionale con riferimenti visivi moderni
	Avviare correttamente il progetto di Design Editoriale attraverso un <i>briefing</i> , con un'adeguata definizione, motivazione e obiettivi
	Costruire una strategia di immagine aziendale per stabilire linee guida specifiche per il Design Editoriale
Metodologie e tecniche di Design Editoriale	Integrare immagini e colore in modo pratico nel Design Editoriale, rispettando l'intento giornalistico
	Creare un formato predeterminato per il Design Editoriale, adattandosi alle esigenze dell'informazione e dell'opera stessa
	Analizzare il mercato e l'ambiente competitivo per stabilire obiettivi generali, specifici e tecnici realistici
Colori e font più rilevanti per il Design Editoriale	Applicare diversi tipi di tipografia, adattandoli al lavoro richiesto e al supporto in cui deve essere pubblicato
	Utilizzare elementi digitali come <i>Tablets</i> o <i>iPads</i> per produrre una buona tipografia digitale
	Gestire l'uso del colore in un progetto pratico di design digitale e Design Editoriale
Impaginazione e grafica finale in Design Editoriale	Impaginare i testi e le immagini in modo corretto, in base alla composizione dell'azienda e alla strategia aziendale
	Rendere il layout adatto all'ambiente dei social media
	Progettazione di layout complessi in InDesign
	Adattare il formato finale del lavoro svolto in base al supporto in cui deve essere pubblicato

Assicurazione di responsabilità civile

La preoccupazione principale di questa istituzione è quella di garantire la sicurezza sia dei tirocinanti sia degli altri agenti che collaborano ai processi di tirocinio in azienda. All'interno delle misure rivolte a questo fine ultimo, esiste la risposta a qualsiasi incidente che possa verificarsi durante il processo di insegnamento-apprendimento.

A tal fine, questa entità educativa si impegna a stipulare un'assicurazione di responsabilità civile per coprire qualsiasi eventualità possa verificarsi durante lo svolgimento del tirocinio presso il centro di collocamento.

La polizza di responsabilità civile per i tirocinanti deve garantire una copertura assicurativa completa e deve essere stipulata prima dell'inizio del periodo di tirocinio. In questo modo, il tirocinante non dovrà preoccuparsi in caso di situazioni impreviste e avrà a disposizione una copertura fino al termine del periodo di tirocinio presso il centro.



Condizioni Generali di Tirocinio

Le condizioni generali dell'accordo di tirocinio per il programma sono le seguenti:

1. TUTORAGGIO: durante il Tirocinio agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande che potrebbero sorgere. Da un lato, lo studente disporrà di un tutor professionale appartenente al centro di inserimento lavorativo che lo guiderà e lo supporterà in ogni momento. Dall'altro lato, lo studente disporrà anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e aiutando a risolvere qualsiasi problema durante l'intero percorso. In questo modo, il professionista sarà accompagnato in ogni momento e potrà risolvere tutti gli eventuali dubbi, sia di natura pratica che accademica.

2. DURATA: il programma del tirocinio avrà una durata di tre settimane consecutive di preparazione pratica, distribuite in giornate di 8 ore lavorative, per cinque giorni alla settimana. I giorni di frequenza e l'orario saranno di competenza del centro, che informerà debitamente e preventivamente il professionista, con un sufficiente anticipo per facilitarne l'organizzazione.

3. MANCATA PRESENTAZIONE: in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Tirocinio, lo studente perderà il diritto allo stesso senza possibilità di rimborso o di modifica di date. L'assenza per più di due giorni senza un giustificato motivo/ certificato medico comporterà la rinuncia dello studente al tirocinio e, pertanto, la relativa automatica cessazione. In caso di ulteriori problemi durante lo svolgimento del tirocinio, essi dovranno essere debitamente e urgentemente segnalati al tutor accademico.

4. CERTIFICAZIONE: lo studente che supererà il Tirocinio riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

5. RAPPORTO DI LAVORO: il Tirocinio non costituisce alcun tipo di rapporto lavorativo.

6. STUDI PRECEDENTI: alcuni centri potranno richiedere un certificato di studi precedenti per la partecipazione al Tirocinio. In tal caso, sarà necessario esibirlo al dipartimento tirocini di TECH affinché venga confermata l'assegnazione del centro prescelto.

7. NON INCLUDE: il Tirocinio non includerà nessun elemento non menzionato all'interno delle presenti condizioni. Pertanto, non sono inclusi alloggio, trasporto verso la città in cui si svolge il tirocinio, visti o qualsiasi altro servizio non menzionato.

Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

08

Dove posso svolgere il Tirocinio?

Il percorso di questo Master Semipresenziale prevede un tirocinio presso un'azienda rilevante del settore e con professionisti del suo team con esperienza nel graphic design e specializzati nel settore dell'editoria. In questo modo, gli studenti acquisiranno un'esperienza di apprendimento completa, con la garanzia di una conoscenza approfondita dell'attuale lavoro svolto in questo campo.



“

Completa il tuo apprendimento con un Tirocinio accompagnato da designer specializzati in Design Editoriale"



Gli studenti potranno svolgere il tirocinio di questo Master Semipresenziale presso i seguenti centri:



Design

Goose & Hopper

Paese	Città
Spagna	Valencia

Indirizzo: La Marina de Valencia, Muelle de la Aduana S/N Edificio Lanzadera 46024

Agenzia di pubblicità, design, tecnologia e creatività

Ambiti pratici di competenza:

- Direzione della Comunicazione e Reputazione Digitale
- Modellazione 3D Organica





Design

Piensamarketing

Paese
Argentina

Città
Río Negro

Indirizzo: Campichuelo 580 (8400),
Ciudad de Bariloche, Río Negro

Agenzia di marketing e comunicazione sociale
e digitale

Ambiti pratici di competenza:

- Creazione e Imprenditoria nelle Imprese Digitali
- MBA in Digital Marketing





“

*Cogli questa opportunità per
circondarti di professionisti
esperti e nutrirti della loro
metodologia di lavoro”*

09

Metodologia

Questo programma ti offre un modo differente di imparare. La nostra metodologia si sviluppa in una modalità di apprendimento ciclico: ***il Relearning***.

Questo sistema di insegnamento viene applicato nelle più prestigiose facoltà di medicina del mondo ed è considerato uno dei più efficaci da importanti pubblicazioni come il ***New England Journal of Medicine***.



“

Scopri il Relearning, un sistema che abbandona l'apprendimento lineare convenzionale, per guidarti attraverso dei sistemi di insegnamento ciclici: una modalità di apprendimento che ha dimostrato la sua enorme efficacia, soprattutto nelle materie che richiedono la memorizzazione”

Caso di Studio per contestualizzare tutti i contenuti

Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

Con TECH potrai sperimentare un modo di imparare che sta scuotendo le fondamenta delle università tradizionali in tutto il mondo"



Avrai accesso a un sistema di apprendimento basato sulla ripetizione, con un insegnamento naturale e progressivo durante tutto il programma.



Imparerai, attraverso attività collaborative e casi reali, la risoluzione di situazioni complesse in ambienti aziendali reali.

Un metodo di apprendimento innovativo e differente

Questo programma di TECH consiste in un insegnamento intensivo, creato ex novo, che propone le sfide e le decisioni più impegnative in questo campo, sia a livello nazionale che internazionale. Grazie a questa metodologia, la crescita personale e professionale viene potenziata, effettuando un passo decisivo verso il successo. Il metodo casistico, la tecnica che sta alla base di questi contenuti, garantisce il rispetto della realtà economica, sociale e professionale più attuali.

“

Il nostro programma ti prepara ad affrontare nuove sfide in ambienti incerti e a raggiungere il successo nella tua carriera”

Il metodo casistico è stato il sistema di apprendimento più usato nelle migliori facoltà del mondo. Sviluppato nel 1912 affinché gli studenti di Diritto non imparassero la legge solo sulla base del contenuto teorico, il metodo casistico consisteva nel presentare loro situazioni reali e complesse per prendere decisioni informate e giudizi di valore su come risolverle. Nel 1924 fu stabilito come metodo di insegnamento standard ad Harvard.

Cosa dovrebbe fare un professionista per affrontare una determinata situazione? Questa è la domanda con cui ci confrontiamo nel metodo casistico, un metodo di apprendimento orientato all'azione. Durante il programma, gli studenti si confronteranno con diversi casi di vita reale. Dovranno integrare tutte le loro conoscenze, effettuare ricerche, argomentare e difendere le proprie idee e decisioni.

Metodologia Relearning

TECH coniuga efficacemente la metodologia del Caso di Studio con un sistema di apprendimento 100% online basato sulla ripetizione, che combina 8 diversi elementi didattici in ogni lezione.

Potenziamo il Caso di Studio con il miglior metodo di insegnamento 100% online: il Relearning.

Nel 2019 abbiamo ottenuto i migliori risultati di apprendimento di tutte le università online del mondo.

In TECH imparerai con una metodologia all'avanguardia progettata per formare i manager del futuro. Questo metodo, all'avanguardia della pedagogia mondiale, si chiama Relearning.

La nostra università è l'unica autorizzata a utilizzare questo metodo di successo. Nel 2019, siamo riusciti a migliorare il livello di soddisfazione generale dei nostri studenti (qualità dell'insegnamento, qualità dei materiali, struttura del corso, obiettivi...) rispetto agli indicatori della migliore università online.



Nel nostro programma, l'apprendimento non è un processo lineare, ma avviene in una spirale (impariamo, disimpariamo, dimentichiamo e re-impariamo). Pertanto, combiniamo ciascuno di questi elementi in modo concentrico. Con questa metodologia abbiamo formato oltre 650.000 laureati con un successo senza precedenti, in ambiti molto diversi come la biochimica, la genetica, la chirurgia, il diritto internazionale, le competenze manageriali, le scienze sportive, la filosofia, il diritto, l'ingegneria, il giornalismo, la storia, i mercati e gli strumenti finanziari. Tutto questo in un ambiente molto esigente, con un corpo di studenti universitari con un alto profilo socio-economico e un'età media di 43,5 anni.

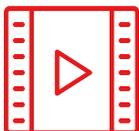
Il Relearning ti permetterà di apprendere con meno sforzo e più performance, impegnandoti maggiormente nella tua specializzazione, sviluppando uno spirito critico, difendendo gli argomenti e contrastando le opinioni: un'equazione diretta al successo.

Dalle ultime evidenze scientifiche nel campo delle neuroscienze, non solo sappiamo come organizzare le informazioni, le idee, le immagini e i ricordi, ma sappiamo che il luogo e il contesto in cui abbiamo imparato qualcosa è fondamentale per la nostra capacità di ricordarlo e immagazzinarlo nell'ippocampo, per conservarlo nella nostra memoria a lungo termine.

In questo modo, e in quello che si chiama Neurocognitive Context-dependent E-learning, i diversi elementi del nostro programma sono collegati al contesto in cui il partecipante sviluppa la sua pratica professionale.



Questo programma offre i migliori materiali didattici, preparati appositamente per i professionisti:



Materiali di studio

Tutti i contenuti didattici sono creati appositamente per il corso dagli specialisti che lo impartiranno, per fare in modo che lo sviluppo didattico sia davvero specifico e concreto.

Questi contenuti sono poi applicati al formato audiovisivo che supporterà la modalità di lavoro online di TECH. Tutto questo, con le ultime tecniche che offrono componenti di alta qualità in ognuno dei materiali che vengono messi a disposizione dello studente.



Master class

Esistono evidenze scientifiche sull'utilità dell'osservazione di esperti terzi.

Imparare da un esperto rafforza la conoscenza e la memoria, costruisce la fiducia nelle nostre future decisioni difficili.



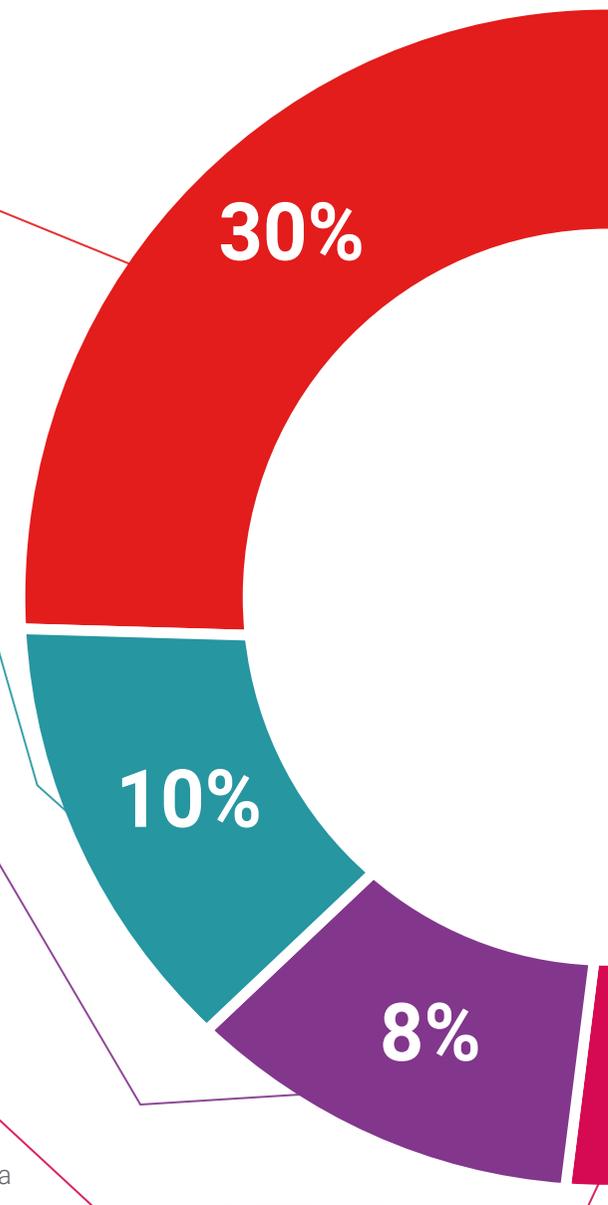
Pratiche di competenze e competenze

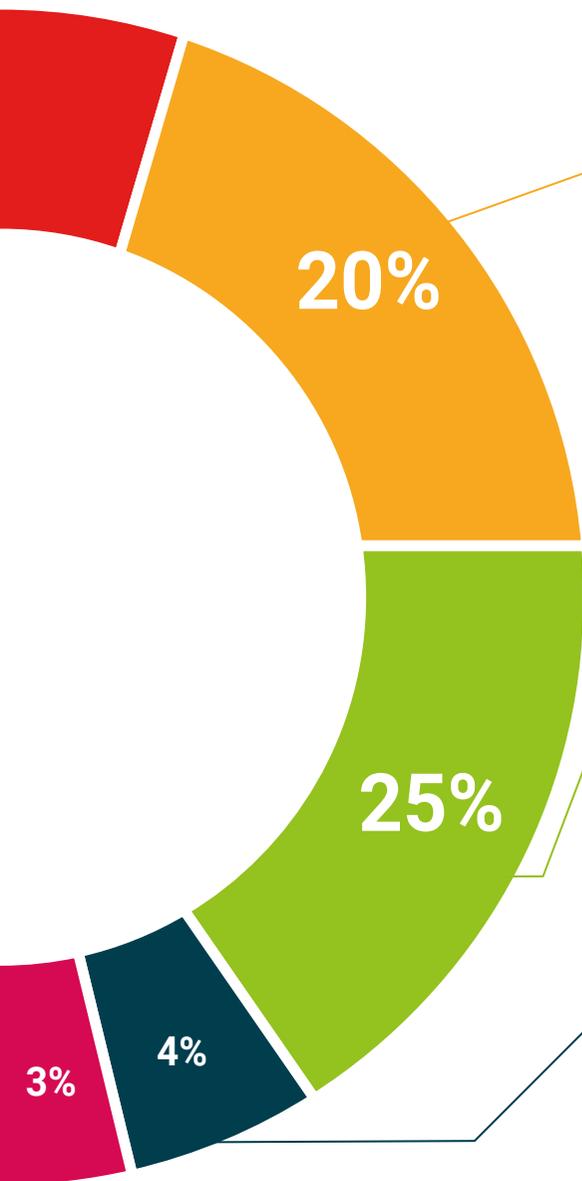
Svolgerai attività per sviluppare competenze e capacità specifiche in ogni area tematica. Pratiche e dinamiche per acquisire e sviluppare le competenze e le abilità che uno specialista deve sviluppare nel quadro della globalizzazione in cui viviamo.



Letture complementari

Articoli recenti, documenti di consenso e linee guida internazionali, tra gli altri. Nella biblioteca virtuale di TECH potrai accedere a tutto il materiale necessario per completare la tua specializzazione.





Casi di Studio

Completerai una selezione dei migliori casi di studio scelti appositamente per questo corso. Casi presentati, analizzati e monitorati dai migliori specialisti del panorama internazionale.



Riepiloghi interattivi

Il team di TECH presenta i contenuti in modo accattivante e dinamico in pillole multimediali che includono audio, video, immagini, diagrammi e mappe concettuali per consolidare la conoscenza.

Questo esclusivo sistema di specializzazione per la presentazione di contenuti multimediali è stato premiato da Microsoft come "Caso di successo in Europa".



Testing & Retesting

Valutiamo e rivalutiamo periodicamente le tue conoscenze durante tutto il programma con attività ed esercizi di valutazione e di autovalutazione, affinché tu possa verificare come raggiungi progressivamente i tuoi obiettivi.



10 Titolo

Il titolo di Master Semipresenziale in Design Editoriale garantisce, oltre alla specializzazione più rigorosa e aggiornata, l'accesso ad una qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica



“

Porta a termine questo programma e ricevi la tua qualifica universitaria senza spostamenti o fastidiose formalità”

Questo **Master Semipresenziale in Design Editoriale** possiede il programma più completo e aggiornato del panorama professionale e accademico.

Dopo aver superato le valutazioni, lo studente riceverà mediante lettera certificata, con ricevuta di ritorno, la corrispondente qualifica di Master Semipresenziale rilasciata da TECH Università Tecnologica, che accrediterà il superamento delle valutazioni e l'acquisizione delle competenze del programma.

Oltre alla qualifica, sarà possibile ottenere un certificato e un attestato dei contenuti del programma. A tal fine, sarà necessario contattare il proprio consulente accademico, che fornirà tutte le informazioni necessarie.

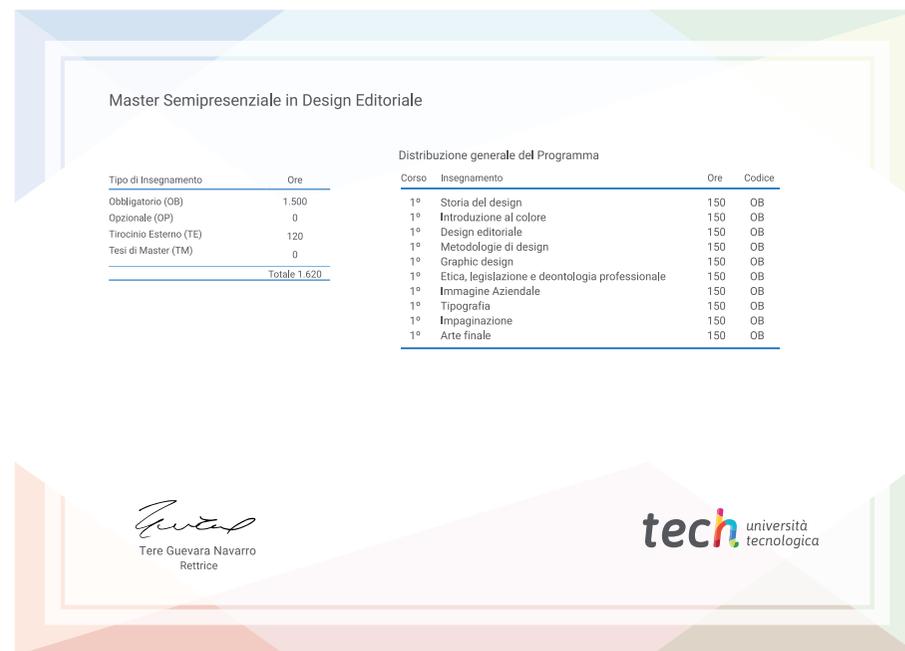
Titolo: **Master Semipresenziale in Design Editoriale**

Modalità: **Semipresenziale (Online + Tirocinio)**

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

N° Ore Ufficiali: **1620 o.**



*Apostille dell'Aia. Se lo studente dovesse richiedere che il suo diploma cartaceo sia provvisto di Apostille dell'Aia, TECH EDUCATION effettuerà le gestioni opportune per ottenerla pagando un costo aggiuntivo.

futuro
salute fiducia persone
educazione informazione tutor
garanzia accreditamento insegnamento
istituzioni tecnologia apprendimento
comunità impegno
attenzione personalizzata innovazione
conoscenza presente qualità
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale lingu

tech università
tecnologica

Master Semipresenziale Design Editoriale

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620

Master Semipresenziale

Design Editoriale

