

Master Semipresenziale

Graphic Design





tech università
tecnologica

Master Semipresenziale Graphic Design

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnologica

Ore teoriche: 1.620

Accesso al sito web: www.techtute.com/it/design/master-semipresenziale/master-semipresenziale-graphic-design

Indice

01

Presentazione

pag. 4

02

Perché iscriversi a questo
Master Semipresenziale?

pag. 8

03

Obiettivi

pag. 12

04

Competenze

pag. 18

05

Pianificazione
dell'programma

pag. 22

06

Tirocinio

pag. 34

07

Dove posso svolgere
il Tirocinio?

pag. 40

08

Metodologia

pag. 46

09

Titolo

pag. 54

01

Presentazione

La corretta presentazione di un concetto visivo nella comunicazione di un'azienda o di un brand è essenziale per il suo successo, per questo la funzione del graphic designer è una delle più importanti all'interno di un team creativo. Lo sviluppo della giusta strategia, adeguata agli obiettivi proposti dal punto di vista del marketing, richiede una conoscenza tecnica della proiezione visiva del messaggio.

Per questo motivo, TECH ha creato questa qualifica, con l'obiettivo di fornire al professionista gli strumenti più recenti e le tendenze estetiche del Graphic Design, al fine di promuovere la sua crescita in questo settore. Inoltre, una volta completata la fase di apprendimento teorico al 100% online, avrà un'esperienza pratica di 3 settimane in un'azienda di riferimento, dove trasferirà tutte le conoscenze acquisite in un ambiente di lavoro reale.



“

Per eccellere nel mondo creativo, è essenziale mantenersi aggiornati e padroneggiare competenze avanzate. Questa qualifica offre tutto ciò di cui si ha bisogno per svilupparsi come professionisti del Graphic Design"

Negli ultimi anni, i progressi in ambito digitale hanno portato alla nascita di nuovi concetti e tecniche di comunicazione visiva, che i graphic designer devono gestire per adattarsi alle esigenze del loro settore. In questo senso, sono state sviluppate teorie psicologiche aggiornate sul trattamento del colore o delle forme che, con il loro uso appropriato, ci permettono di giocare con la mente dello spettatore per trasmettere l'intenzione desiderata. Questo ha portato le aziende di molti settori a scegliere di acquisire i servizi del graphic designer altamente qualificati per ottenere il massimo rendimento dalle loro creazioni, con l'obiettivo di aumentare i risultati delle loro campagne pubblicitarie o di Marketing. Per questo motivo, TECH ha creato questo Master Semipresenziale, che fornirà agli studenti le conoscenze teoriche e pratiche più all'avanguardia nel campo del Graphic Design per favorire la loro crescita professionale in un settore in costante crescita.

Durante questo percorso accademico, lo studente acquisirà le competenze più utili per pianificare, sviluppare ed eseguire qualsiasi progetto grafico. In questo modo, analizzerà le complessità della progettazione editoriale per le pubblicazioni cartacee e digitali o si occuperà delle metodologie di progettazione più aggiornate ed efficienti. Allo stesso modo, adotterà le competenze necessarie per creare il proprio stile artistico o imparerà le procedure migliori per generare l'immagine aziendale di una società.

Tutto l'apprendimento teorico di questa qualifica sarà sviluppato attraverso una metodologia 100% online, un aspetto che permetterà agli studenti di rendere i loro studi compatibili con i loro obblighi personali o lavorativi. Inoltre, avrà accesso a eccellenti risorse didattiche in formati come il video esplicativo, il riassunto interattivo o i test di valutazione, con l'intento di adattare lo studio alle sue esigenze specifiche.

Inoltre, come complemento alla valutazione teorica di questo Master Semipresenziale, è prevista una fase pratica di 3 settimane in una prestigiosa azienda nel campo del Graphic Design. Circondati dai migliori esperti e accompagnati da un tutor specifico, gli studenti applicheranno tutte le loro conoscenze in un ambiente di lavoro reale, potenziando così le loro competenze e la loro crescita professionale.

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

- ♦ Sviluppo di più di 100 casi pratici presentati da professionisti esperti nell'area del Graphic Design
- ♦ Contenuti grafici, schematici ed eminentemente pratici che forniscono informazioni scientifiche e sanitarie riguardo alle discipline essenziali per l'esercizio della professione
- ♦ Piani completi per un'azione sistematizzata per affrontare i problemi del settore creativo
- ♦ Presentazione di workshop pratici sul Graphic Design
- ♦ Sistema di apprendimento interattivo basato su algoritmi per prendere decisioni su situazioni determinate
- ♦ Pratiche e guide di stile su come gestire i diversi formati utilizzati nel settore del Graphic Design
- ♦ Particolare attenzione alle tendenze del Graphic Design per i vari formati aggiornati
- ♦ Lezioni teoriche, domande all'esperto, forum di discussione su questioni controverse e compiti di riflessione individuale
- ♦ Contenuti disponibili da qualsiasi dispositivo fisso o mobile dotato di connessione a internet
- ♦ Possibilità di svolgere un tirocinio in uno dei migliori centri creativi di riferimento



TECH ti offre un programma progettato da esperti professionisti nel campo del Graphic Design per aiutarti a migliorare il tuo livello di prestazioni in questo settore"

“

Un programma che ti permette di studiare comodamente da qualsiasi dispositivo dotato di connessione internet, perché la sua metodologia 100% online basata sul Relearning ti offre un insegnamento efficiente e agile. Inoltre, comprende un tirocinio ben pianificato di sole 3 settimane"

In questa proposta di Master, di carattere professionalizzante e in modalità semipresenziale, il programma è rivolto all'aggiornamento di professionisti dell'area creativa, del marketing o della comunicazione che desiderano ampliare le proprie conoscenze nel campo del Graphic Design, e che richiedono un alto livello di qualificazione. I contenuti si basano sulle ultime evidenze del settore e sono orientati in modo didattico per integrare le conoscenze teoriche nella pratica professionale e gli elementi teorico-pratici facilitano l'aggiornamento delle conoscenze e consentono di prendere decisioni in ambienti incerti.

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.

Grazie a questo Master Semipresenziale imparerai a conoscere le nuove procedure e le tecniche più aggiornate per creare l'immagine aziendale di un'impresa.

Preparati alle nuove sfide dello sviluppo come Graphic Designer nell'era digitale, per far risaltare i tuoi progetti in un mercato così competitivo.



02

Perché iscriversi a questo Master Semipresenziale?

Nel campo del Graphic Design, è fondamentale conoscere le ultime tendenze e gli strumenti per la creazione artistica, così come gestire la loro implementazione nella metodologia di lavoro quotidiana. Per questo motivo, TECH ha creato questa qualifica, che ti permetterà di combinare un eccellente apprendimento teorico in questo campo con un'esperienza pratica di 3 settimane in una prestigiosa azienda legata al Graphic Design. In questo modo lo studente acquisisce un insieme di competenze aggiornate e applicabili nella sua vita professionale.



“

TECH ti offre un'eccellente opportunità di ottenere un grande apprendimento teorico nel campo del Graphic Design e, successivamente, di sviluppare queste conoscenze in un ambiente aziendale per migliorare le tue capacità professionali"

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

L'area del Graphic Design si è evoluta negli ultimi anni grazie all'emergere di nuovi strumenti digitali, metodologie di progettazione o tecniche creative che permettono di estrarre il massimo rendimento da ogni composizione. Per questo motivo, e con l'intenzione che il progettista padroneggi tutte queste innovazioni da una prospettiva teorico-pratica, TECH ha creato questo Master Semipresenziale.

2 Approfondire nuove competenze dall'esperienza dei migliori specialisti

L'eccezionale team di specialisti in Graphic Design che accompagnerà l'esperto durante la fase pratica garantisce l'immensa qualità di questo programma. Con un tutor privato, lo studente utilizzerà in un ambiente di lavoro reale gli strumenti innovativi per intraprendere progetti grafici, inserendo queste competenze nella sua attività professionale quotidiana.

3 Accedere a ambienti professionali di alto livello

TECH seleziona nel dettaglio tutti i centri disponibili per lo svolgimento dei tirocini di questo Master Semipresenziale. Grazie a questo, l'esperto avrà garantito l'accesso a un'azienda prestigiosa nel campo del Graphic Design. In questo modo, potrà sperimentare il lavoro quotidiano in questo settore, utilizzando sempre le tecniche e gli strumenti creativi più aggiornati.



4 Combinare la migliore teoria con la pratica più avanzata

Nell'attuale mercato accademico, ci sono molti programmi di insegnamento che sono sovraccarichi e non sono applicabili nell'ambiente di lavoro. Per questo motivo, TECH ha creato questa qualifica, che permette allo studente di combinare un eccellente apprendimento teorico con una fase pratica in un'azienda dedicata al Graphic Design, al fine di adottare una serie di competenze efficaci nel proprio lavoro professionale.

5 Ampliare le frontiere della conoscenza

TECH offre la possibilità di svolgere Tirocini presso centri di importanza internazionale. In questo modo, il designer potrà ampliare le proprie frontiere e confrontarsi con i migliori professionisti, che lavorano in aziende di Graphic Design di primo livello e in diversi continenti. Un'opportunità unica che solo TECH, la più grande università digitale del mondo, poteva offrire.

“

Avrai l'opportunità svolgere il tuo tirocinio all'interno di un centro di tua scelta”

03

Obiettivi

Il progetto di questo Master Semipresenziale permetterà agli studenti di acquisire le competenze necessarie per aggiornare le proprie conoscenze nella professione, dopo aver approfondito gli aspetti chiave del Graphic Design basandosi sulla pratica. Le conoscenze riversate in ciascuno dei punti del piano di studi promuoveranno il buon rendimento del professionista da una prospettiva ampia, sviluppando facoltà complete in un campo che è fondamentale per diverse aree all'interno del Marketing e della comunicazione a livello aziendale, guidandolo verso l'eccellenza in un settore in costante evoluzione. Per questo motivo, TECH stabilisce una serie di obiettivi generali e specifici per la maggiore soddisfazione dello studente.



“

Vedere in prima persona i risultati di un processo creativo nei principali centri del settore ti permetterà di ampliare la tua visione e la tua prospettiva, al di là della teoria, di ciò che significa essere un Graphic Designer in questo momento"



Obiettivo generale

- ♦ Uno degli obiettivi generali di questo Master Semipresenziale in Graphic Design è quello di potenziare le capacità creative del professionista, con la conoscenza delle nuove tendenze del design, applicate a diverse aree di interesse. Saranno quindi in grado di sviluppare un progetto completo a partire dall'idea iniziale, determinando i materiali e le tecniche appropriate per il suo sviluppo in base a ogni situazione comunicativa, essendo in grado di adattare ogni pezzo a diversi formati.





Obiettivi specifici

Modulo 1. Storia del design

- ♦ Comprendere gli aspetti essenziali delle scienze umane e sociali e la loro applicazione in base alle esigenze di ciascun progetto
- ♦ Padroneggiare la storia delle pratiche artistiche, il design contemporaneo e tutto ciò che lo circonda, per adattarsi alle nuove problematiche e sfide del design digitale
- ♦ Comprendere il rapporto tra patrimonio e design come caratteristica della cultura contemporanea

Modulo 2. Introduzione al colore

- ♦ Comprendere l'importanza del colore nell'ambiente visivo
- ♦ Applicare le basi psicologiche e semiotiche del colore nel design
- ♦ Acquisire, manipolare e preparare il colore per l'uso su supporti fisici e virtuali

Modulo 3. Introduzione alla forma

- ♦ Comprendere i principi di base della composizione e della struttura che articolano l'immagine, la grafica e il suono nel tempo, nonché la natura dell'immagine e della grafica in movimento
- ♦ Progettare e produrre comunicazioni visive con uno scopo chiaro e specifico, applicando trasformazioni ed effetti spazio-temporali con intenti narrativi
- ♦ Valorizzare le competenze spaziali, esaminando le forme costruite nell'ambiente
- ♦ Comprendere l'importanza della forma nello sviluppo di procedure più complesse
- ♦ Identificare visivamente i tipi di forme per crearne di nuove
- ♦ Comprendere e analizzare la componente emotiva che viene attribuita a certe forme

Modulo 4. Design editoriale

- ♦ Conoscere i fondamenti della progettazione editoriale nel contesto cartaceo e digitale, nonché le sue interrelazioni con altri settori
- ♦ Analizzare la portata e l'importanza del designer nel settore editoriale
- ♦ Padroneggiare 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
- ♦ Comprendere l'insieme grafico e i suoi elementi nelle pubblicazioni editoriali
- ♦ Progettare comunicazioni visive accattivanti e conformi agli standard grafici attuali
- ♦ Utilizzare strumenti come Adobe InDesign per progettare le proprie idee grafiche

Modulo 5. Metodologie di design

- ♦ Conoscere i processi di base della metodologia scientifica nella storia del design
- ♦ Identificare i problemi legati alla progettazione, raccogliere e analizzare le informazioni necessarie per valutare e fornire soluzioni secondo criteri di efficienza
- ♦ Imparare ad argomentare in modo coerente e critico sullo sviluppo di un progetto di design
- ♦ Comprendere il funzionamento dell'innovazione come motore del design
- ♦ Padroneggiare 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 6. Graphic Design

- ♦ Gestire i fondamenti del Graphic Design nonché le sue interrelazioni con altre aree
- ♦ Comprendere le basi, le funzioni e il valore del Graphic Design
- ♦ Padroneggiare gli elementi formali e di base del Graphic Design
- ♦ Imparare a utilizzare gli strumenti digitali più comuni nel campo del Graphic Design
- ♦ Applicare gli elementi di base dell'organizzazione e della gestione di un progetto



Modulo 7. Immagine aziendale

- ♦ Comprendere i concetti di base della politica di comunicazione di un'organizzazione
- ♦ Conoscere le aree strategiche che un graphic manager deve gestire nel processo comunicativo dell'identità grafica e visiva dei brand
- ♦ Padroneggiare gli strumenti e le strategie teoriche e pratiche per la gestione della comunicazione aziendale e istituzionale nelle organizzazioni di ogni tipo
- ♦ Selezionare in maniera corretta un metodo per organizzare le informazioni e la comunicazione per il buon uso di un brand
- ♦ Identificare gli elementi più significativi dell'azienda-cliente, nonché le sue esigenze, per creare strategie e messaggi di comunicazione
- ♦ Sviluppare un sistema regolamentato di standard grafici di base fondato su elementi di identità visiva/branding

Modulo 8. Creazione del portfolio

- ♦ Applicare correttamente i criteri di usabilità e interattività nelle narrazioni audiovisive
- ♦ Conoscere il profilo del designer nel mercato del lavoro
- ♦ Padroneggiare tecniche, metodi, strumenti e social network per promuovere il lavoro personale
- ♦ Comprendere il protocollo etico da applicare nell'esercizio della professione
- ♦ Applicare l'analisi dei punti di forza e di debolezza nel lavoro sviluppato

Modulo 9. Etica, legislazione e deontologia professionale

- ♦ Raccogliere e interpretare dati rilevanti per formulare giudizi che includano una riflessione su questioni etiche, ambientali e sociali
- ♦ Svolgere il lavoro in modo etico, rispettando la legge e i diritti universali
- ♦ Acquisire capacità di risoluzione dei problemi attraverso l'argomentazione e la critica costruttiva

Modulo 10. Tipografia

- ♦ Gestire i principi sintattici del linguaggio grafico per descrivere oggetti e idee in modo chiaro e accurato
- ♦ Applicare i fondamenti estetici della tipografia
- ♦ Padroneggiare la corretta disposizione dei testi nell'oggetto del design
- ♦ Produrre un lavoro professionale basato sulla composizione tipografica



Un esclusivo programma di TECH per aggiornarti sugli studi più avanzati del Graphic Design. Con una metodologia 100% online e una fase pratica nei migliori centri creativi. Iscriviti subito”

04

Competenze

Dopo aver superato le valutazioni del Master Semipresenziale in Graphic Design, il professionista avrà acquisito le competenze necessarie per il corretto svolgimento delle proprie funzioni all'interno di un'azienda o di un gruppo creativo, oltre che in autonomia, essendo in grado di realizzare progetti grafici completi in qualsiasi contesto comunicativo.



“

Dopo aver superato questo Master Semipresenziale, il professionista avrà accesso ad un'ampia gamma di possibilità nel mercato del lavoro attuale e futuro"

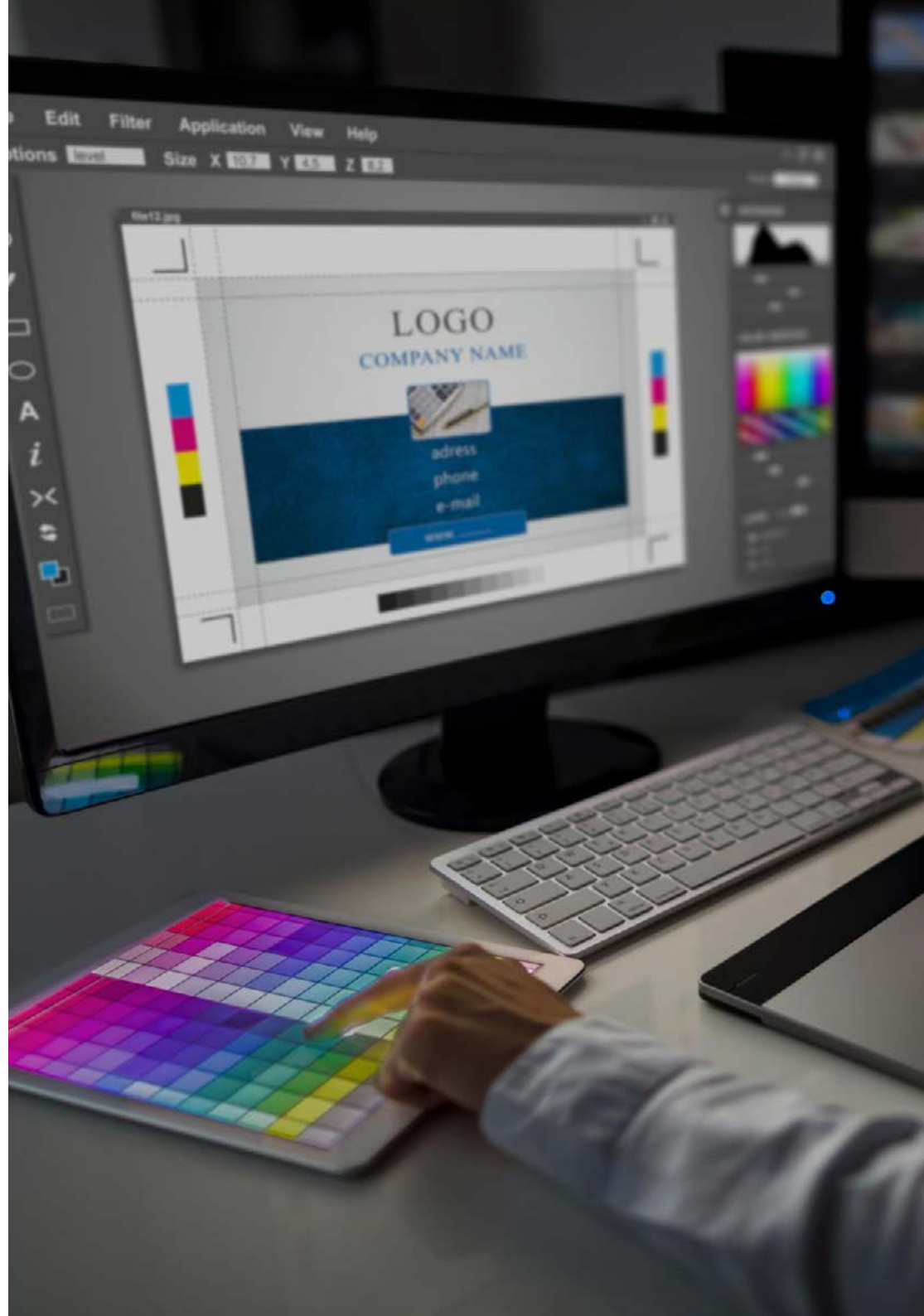


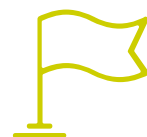
Competenze generali

- Creare progetti grafici in qualsiasi contesto comunicativo
- 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

“

Grazie a questa qualifica, potrai padroneggiare le tecniche creative più efficaci per sviluppare l'immagine aziendale"





Competenze specifiche

- ◆ Descrivere i diversi momenti storici del Graphic Design
- ◆ Gestire i colori nella loro applicazione grafica
- ◆ Conoscere l'uso della forma nel Graphic Design
- ◆ Lavorare nel campo del design editoriale
- ◆ Utilizzare le diverse metodologie esistenti nel Graphic Design
- ◆ Sviluppare un'immagine aziendale
- ◆ Creare un portafoglio
- ◆ Conoscere l'etica professionale e il codice deontologico del Graphic Design
- ◆ Utilizzare in modo efficiente i diversi tipi di carattere

05

Pianificazione dl' programa

Il piano di studi è stato progettato per l'apprendimento teorico e pratico dei fondamenti del Graphic Design e della sua corretta applicazione in diversi ambienti comunicativi. Adeguato alla metodologia online, soddisfa le rigorose specifiche di TECH con l'innovativo metodo del *Relearning* che, attraverso la reiterazione dei concetti, consente un apprendimento più agile ed efficace. Inoltre, è associato a un tirocinio finale di 3 settimane in un centro specializzato. A questo proposito, è stato creato un piano di studi suddiviso in 10 moduli ben dettagliati, che offrono un'ampia prospettiva del Graphic Design.



“

Le risorse didattiche a cui avrai accesso in questo corso di qualifica sono disponibili in diversi formati, come video o sintesi interattive, per offrirti un'esperienza di apprendimento piacevole e personalizzata"

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 una 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 and Crafts* William Morris
 - 1.3.4. Estetismo
 - 1.3.5. Art Nouveau
- 1.4.. Itinerario storico I
 - 1.4.1. Secessione Viennese
 - 1.4.2. Deutscher Werkbund
 - 1.4.3. 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. Aerodinamica americana
 - 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*, neo-biomorfismo, design *eco-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 International 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. La *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. Introduzione alla forma

- 3.1. La forma
 - 3.1.1. Definizione, che cos'è?
 - 3.1.2. Qualità e caratteristiche
 - 3.1.3. Contorno, sagoma, figura e profilo, aspetti della stessa realtà
 - 3.1.4. Rappresentazione essenziale
- 3.2. Tipologia di forma. Estetica delle forme funzionali
 - 3.2.1. Tipi di forme in base alla loro origine
 - 3.2.2. Tipi di forme in base alla loro configurazione
 - 3.2.3. Tipi di forme in base al loro significato
 - 3.2.4. Tipi di forme in base alla loro relazione con lo spazio
 - 3.2.5. Tipi di forme in base al loro rapporto forma-sostanza

- 3.3. Le prime forme grafiche
 - 3.3.1. Lo scarabocchio
 - 3.3.2. La forma della macchia
 - 3.3.3. Il punto e la linea
 - 3.3.4. Risvegliare la creatività con l'Hirameki
 - 3.3.5. La forma Haiku
- 3.4. Composizione della forma
 - 3.4.1. Forma aperta e forma chiusa
 - 3.4.2. Composizione formale, semiformale e informale
 - 3.4.3. La simmetria
 - 3.4.4. Gli assi. Simmetria assiale e radiale
- 3.5. L'importanza delle proporzioni nella forma
 - 3.5.1. Proporzione
 - 3.5.2. Rettangolo aureo
 - 3.5.3. La scala
 - 3.5.4. Tipi di scala
- 3.6. Ismo: un'applicazione pratica
 - 3.6.1. Cubismo
 - 3.6.2. Suprematismo
 - 3.6.3. Costruttivismo
 - 3.6.4. Dadaismo
- 3.7. L'essere umano come misura
 - 3.7.1. Il canone
 - 3.7.2. Diversi canoni nella figura umana
 - 3.7.3. La rappresentazione della figura umana nell'arte
 - 3.7.4. L'ergonomia
- 3.8. Percezione visiva e forma
 - 3.8.1. Percezione visiva
 - 3.8.2. Gestalt
 - 3.8.3. Il pensiero visivo
 - 3.8.4. Interrelazione tra le forme

- 3.9. Psicologia delle forme
 - 3.9.1. Il cerchio
 - 3.9.2. Il quadrato
 - 3.9.3. Il triangolo
 - 3.9.4. Altre forme
- 3.10. Introduzione alla forma digitale
 - 3.10.1. Dall'analogico al digitale
 - 3.10.2. La forma positiva e negativa
 - 3.10.3. Ripetizione e riflessione
 - 3.10.4. Combinazione di tecniche

Modulo 4. Design editoriale

- 4.1. Introduzione al design editoriale
 - 4.1.1. Che cos'è il design editoriale?
 - 4.1.2. Tipi di pubblicazioni nel design editoriale
 - 4.1.3. Il designer editoriale e le sue competenze
 - 4.1.4. Fattori del design editoriale
- 4.2. Storia del design editoriale
 - 4.2.1. Ricerca sulla scrittura Il libro nell'antichità
 - 4.2.2. La rivoluzione di Gutenberg
 - 4.2.3. La libreria dell'Ancien Régime (1520-1760)
 - 4.2.4. La seconda rivoluzione del libro (1760-1914)
 - 4.2.5. Dal XIX secolo a oggi
- 4.3. Fondamenti di design editoriale per la stampa e il digitale
 - 4.3.1. Il formato
 - 4.3.2. Il grid
 - 4.3.3. La tipografia
 - 4.3.4. Il colore
 - 4.3.5. Altri elementi grafici

- 4.4. Supporti editoriali per la stampa
 - 4.4.1. Settori di lavoro e formati
 - 4.4.2. Il libro e i suoi elementi: titoli, intestazioni, testo introduttivo, corpo del testo
 - 4.4.3. Manipolazione: piegatura e rilegatura
 - 4.4.4. La stampa
- 4.5. Supporti editoriali digitali
 - 4.5.1. Pubblicazioni digitali
 - 4.5.2. Aspetti di forma nelle pubblicazioni digitali
 - 4.5.3. Pubblicazioni digitali più utilizzate
 - 4.5.4. Piattaforme per l'editoria digitale
- 4.6. Introduzione a InDesign I: primi passi
 - 4.6.1. L'interfaccia e la personalizzazione dell'area di lavoro
 - 4.6.2. Pannelli, preferenze e menù
 - 4.6.3. Il *Fat-Plan*
 - 4.6.4. Opzioni per la creazione di nuovi documenti e per il salvataggio
- 4.7. Iniziazione a InDesign II: uno sguardo più approfondito sullo strumento
 - 4.7.1. Il formato della pubblicazione
 - 4.7.2. Il grid nell'area di lavoro
 - 4.7.3. La griglia di riferimento e la sua importanza
 - 4.7.4. Uso di regole e creazione di linee guida. Modalità di visualizzazione
 - 4.7.5. Il pannello e lo strumento pagina. Le pagine mastro
 - 4.7.6. Lavorare con i livelli
- 4.8. Gestione del colore e delle immagini in InDesign
 - 4.8.1. La tavolozza dei campioni. Creazione di colori e sfumature
 - 4.8.2. Lo strumento contagocce
 - 4.8.3. I gradienti
 - 4.8.4. Organizzazione delle immagini e gestione del colore
 - 4.8.5. Uso della vignettatura e degli oggetti ancorati
 - 4.8.6. Creazione e configurazione di una tabella

- 4.9. Testo in InDesign
 - 4.9.1. Il testo: scelta dei font
 - 4.9.2. Cornici di testo e relative opzioni
 - 4.9.3. Pannello dei caratteri e pannello dei paragrafi
 - 4.9.4. Inserire le note a piè di pagina. Tabulazioni
- 4.10. Progetto editoriale
 - 4.10.1. Elenco dei designer editoriali: progetti
 - 4.10.2. Creazione di un primo progetto in InDesign
 - 4.10.3. Quali sono gli elementi da includere?
 - 4.10.4. Riflettere sull'idea

Modulo 5. Metodologie di design

- 5.1. Sulla metodologia e sul design
 - 5.1.1. Che cos'è la metodologia del design?
 - 5.1.2. Differenze tra metodo, metodologia e tecnica
 - 5.1.3. Tipi di tecniche metodologiche
 - 5.1.4. Deduzione, Induzione e Abduzione
- 5.2. Introduzione alla ricerca sul design
 - 5.2.1. Ereditare il metodo scientifico
 - 5.2.2. Concetti generali dei processi di ricerca
 - 5.2.3. Principali fasi del processo di ricerca
 - 5.2.4. Linea temporale
- 5.3. Alcune proposte metodologiche
 - 5.3.1. Proposte per una nuova metodologia di Bürdek Bernhard
 - 5.3.2. L'approccio sistematico di Bruce Archer per i designer
 - 5.3.3. Il disegno integrato generalizzante di Victor Papanek
 - 5.3.4. Metodo progettuale di Bruno Munari
 - 5.3.5. Il processo di risoluzione creativa dei problemi di Bernd Löbach
 - 5.3.6. Altri autori e schemi di altri metodi

- 5.4. Definizione del problema
 - 5.4.1. Identificazione e analisi dei bisogni
 - 5.4.2. Che cos'è il *Brief*?
 - 5.4.3. Cosa deve contenere un buon *Brief*?
 - 5.4.4. Suggerimenti per la preparazione di un *Brief*
- 5.5. Ricerca per il progetto
 - 5.5.1. Studio di fondo
 - 5.5.2. Coinvolgimento del progetto
 - 5.5.3. Studio del pubblico di riferimento
 - 5.5.4. Strumenti nello studio di riferimento
- 5.6. Contesto competitivo
 - 5.6.1. In relazione al mercato
 - 5.6.2. Analisi della competenza
 - 5.6.3. Proposte di valore
- 5.7. Studio di fattibilità
 - 5.7.1. Fattibilità sociale. Analisi SWOT
 - 5.7.2. Fattibilità tecnica
 - 5.7.3. Fattibilità economica
- 5.8. Possibili soluzioni al *Brief*
 - 5.8.1. L'emotività nei processi creativi
 - 5.8.2. Divergenza, trasformazione e convergenza
 - 5.8.3. Raccolta di idee, *Brainstorming*
 - 5.8.4. Confronto tra idee
- 5.9. Decisione degli obiettivi
 - 5.9.1. Obiettivo generale
 - 5.9.2. Obiettivi specifici
 - 5.9.3. Obiettivi tecnici
 - 5.9.4. Obiettivi estetici e comunicativi
 - 5.9.5. Obiettivi di mercato
- 5.10. Sviluppo di idee
 - 5.10.1. Il feedback nella fase ideativa
 - 5.10.2. I bozzetti
 - 5.10.3. Presentazione delle idee
 - 5.10.4. Metodi di monitoraggio e valutazione critica

Modulo 6. Graphic Design

- 6.1. Introduzione al Graphic Design
 - 6.1.1. Cos'è il Graphic Design?
 - 6.1.2. Funzioni del Graphic Design
 - 6.1.3. Campi d'azione del Graphic Design
 - 6.1.4. Il valore del Graphic Design
- 6.2. Il Graphic Design come attività professionale
 - 6.2.1. L'influenza della tecnologia sullo sviluppo della professione
 - 6.2.2. Qual è il ruolo del graphic designer?
 - 6.2.3. Settori professionali
 - 6.2.4. Il designer come cittadino
- 6.3. Elementi di base
 - 6.3.1. Il punto
 - 6.3.2. La linea
 - 6.3.3. La forma
 - 6.3.4. La texture
 - 6.3.5. Lo spazio
- 6.4. Elementi formali
 - 6.4.1. Contrasto
 - 6.4.2. Equilibrio
 - 6.4.3. Proporzione
 - 6.4.4. Ritmo
 - 6.4.5. Armonia
 - 6.4.6. Movimento
 - 6.4.7. Unità
- 6.5. Punti di riferimento del Graphic Design del XX e XXI secolo
 - 6.5.1. I Graphic designer che hanno lasciato un segno nella storia
 - 6.5.2. I designer più importanti
 - 6.5.3. Graphic designer oggi
 - 6.5.4. Riferimenti visivi
- 6.6. Manifesti
 - 6.6.1. Il manifesto pubblicitario
 - 6.6.2. Funzioni

- 6.6.3. Manifesti del XIX secolo
- 6.6.4. Riferimenti visivi
- 6.7. Lo stile grafico
 - 6.7.1. Linguaggio iconico e cultura di massa
 - 6.7.2. Il Graphic Design e il suo rapporto con l'arte
 - 6.7.3. Lo stile grafico
 - 6.7.4. Il design non è una professione, bensì uno stile di vita
- 6.8. Dalla strada all'agenzia
 - 6.8.1. Il design come ultima avanguardia
 - 6.8.2. Arte urbana o *Street Art*
 - 6.8.3. Arte urbana applicata alla pubblicità
 - 6.8.4. Arte urbana e branding
- 6.9. Strumenti digitali più utilizzati
 - 6.9.1. Adobe Lightroom
 - 6.9.2. Adobe Photoshop
 - 6.9.3. Adobe Illustrator
 - 6.9.4. Adobe InDesign
 - 6.9.5. CorelDRAW
- 6.10. Avvio del progetto di design
 - 6.10.1. Il *Brief*
 - 6.10.2. Definizione
 - 6.10.3. Giustificazione
 - 6.10.4. Implicazioni
 - 6.10.5. Obiettivi
 - 6.10.6. Metodologia

Modulo 7. Immagine aziendale

- 7.1. Identità
 - 7.1.1. Idea di identità
 - 7.1.2. Perché si ricerca l'identità?
 - 7.1.3. Tipi di identità
 - 7.1.4. Identità digitale
- 7.2. Identità aziendale
 - 7.2.1. Definizione Perché avere un'identità aziendale?
 - 7.2.2. Fattori che influiscono sull'identità aziendale
 - 7.2.3. Componenti dell'identità aziendale
 - 7.2.4. Comunicare l'identità
 - 7.2.5. Identità aziendale, *Branding* e immagine aziendale
- 7.3. Immagine aziendale
 - 7.3.1. Caratteristiche dell'immagine aziendale
 - 7.3.2. A cosa serve l'immagine aziendale?
 - 7.3.3. Tipi di immagine aziendale
 - 7.3.4. Esempi
- 7.4. I segni identificativi di base
 - 7.4.1. Il nome o *Naming*
 - 7.4.2. I loghi
 - 7.4.3. I monogrammi
 - 7.4.4. I loghi con immagini
- 7.5. Fattori per la memorizzazione dell'identità
 - 7.5.1. Originalità
 - 7.5.2. Valore simbolico
 - 7.5.3. Capacità di rimanere impresso
 - 7.5.4. Ripetizione
- 7.6. Metodologia per il processo di branding
 - 7.6.1. Studio del settore e della concorrenza
 - 7.6.2. *Brief*, modello
 - 7.6.3. Definire la strategia e la personalità del brand. Valori
 - 7.6.4. Pubblico di riferimento
- 7.7. Il cliente
 - 7.7.1. Capire com'è il cliente
 - 7.7.2. Tipologie di clienti
 - 7.7.3. Il processo di riunione
 - 7.7.4. L'importanza di conoscere il cliente
 - 7.7.5. Definizione del budget

- 7.8. Manuale d'identità aziendale
 - 7.8.1. Standard di realizzazione e applicazione del brand
 - 7.8.2. Font aziendale
 - 7.8.3. Colori aziendali
 - 7.8.4. Altri elementi grafici
 - 7.8.5. Esempi di manuali aziendali
- 7.9. Riprogettazione delle identità
 - 7.9.1. Motivi per scegliere una riprogettazione dell'identità
 - 7.9.2. Gestire il cambiamento dell'identità aziendale
 - 7.9.3. Pratica corretta. Riferimenti visivi
 - 7.9.4. Pratica sbagliata. Riferimenti visivi
- 7.10. Progetto di identità del brand
 - 7.10.1. Presentazione e spiegazione del progetto. Riferimenti
 - 7.10.2. *Brainstorming*. Analisi di mercato
 - 7.10.3. Pubblico di riferimento, valore del brand
 - 7.10.4. Prime idee e bozzetti. Tecniche creative
 - 7.10.5. Definizione del progetto. Font e colori
 - 7.10.6. Consegna e correzione dei progetti

Modulo 8. Creazione del portfolio

- 8.1. Il portfolio
 - 8.1.1. Il portfolio come lettera di presentazione
 - 8.1.2. L'importanza di un buon portfolio
 - 8.1.3. Orientamento e motivazione
 - 8.1.4. Consigli pratici
- 8.2. Caratteristiche ed elementi
 - 8.2.1. Il formato fisico
 - 8.2.2. Il formato digitale
 - 8.2.3. L'uso di mockups
 - 8.2.4. Errori più comuni





- 8.3. Piattaforme digitali
 - 8.3.1. Comunità di apprendimento continuo
 - 8.3.2. Social Network: *Twitter, Facebook, Instagram*
 - 8.3.3. Social Network per la ricerca di lavoro: *LinkedIn, InfoJobs*
 - 8.3.4. Portfolio nel cloud: *Behance*
- 8.4. Il designer nel mondo del lavoro
 - 8.4.1. Sbocchi professionali di un designer
 - 8.4.2. Le agenzie di design
 - 8.4.3. Graphic Design aziendale
 - 8.4.4. Casi di successo
- 8.5. Come mostrarsi professionalmente?
 - 8.5.1. Tenersi aggiornati e rinnovarsi costantemente
 - 8.5.2. Il curriculum vitae e la sua importanza
 - 8.5.3. Errori comuni in un *curriculum vitae*
 - 8.5.4. Come creare un buon *curriculum vitae*?
- 8.6. Il nuovo consumatore
 - 8.6.1. La percezione del valore
 - 8.6.2. Definizione di un pubblico target
 - 8.6.3. Mappa dell'empatia
 - 8.6.4. Le relazioni personali
- 8.7. Il mio brand personale
 - 8.7.1. Imprenditorialità: la ricerca di significato
 - 8.7.2. Trasforma la tua passione in un lavoro
 - 8.7.3. L'ecosistema intorno alla tua attività
 - 8.7.4. Modello Canvas
- 8.8. Identità visiva
 - 8.8.1. Il *Naming*
 - 8.8.2. I valori di un brand
 - 8.8.3. I grandi temi
 - 8.8.4. Moodboard. L'uso di Pinterest
 - 8.8.5. Analisi dei fattori visivi
 - 8.8.6. Analisi dei fattori temporali

- 8.9. L'etica e la responsabilità
 - 8.9.1. Decalogo etico per la pratica del design
 - 8.9.2. Diritti d'autore
 - 8.9.3. Design e obiezione di coscienza
 - 8.9.4. Il "buon" design
- 8.10. Il prezzo del mio lavoro
 - 8.10.1. Hai bisogno di soldi per vivere?
 - 8.10.2. Contabilità di base per gli imprenditori
 - 8.10.3. Tipologie di spese
 - 8.10.4. Il tuo prezzo all'ora. Prezzo di vendita al pubblico

Modulo 9. Etica, legislazione e deontologia professionale

- 9.1. Etica, morale, diritto e deontologia professionale
 - 9.1.1. Questioni di base sull'etica. Alcuni dilemmi morali
 - 9.1.2. Analisi concettuale e origine etimologica
 - 9.1.3. Differenze tra morale ed etica
 - 9.1.4. Il legame tra etica, morale, diritto e deontologia
- 9.2. La proprietà intellettuale
 - 9.2.1. Che cos'è la proprietà intellettuale?
 - 9.2.2. Tipologie di proprietà intellettuale
 - 9.2.3. Plagio e violazione del copyright
 - 9.2.4. Anticopyright
- 9.3. Aspetti pratici dell'etica corrente
 - 9.3.1. Utilitarismo, consequenzialismo e deontologia
 - 9.3.2. Agire in modo coerente o agire in base principi
 - 9.3.3. Efficienza dinamica dell'azione sui principi
- 9.4. Legislazione e morale
 - 9.4.1. Concetto di legislazione
 - 9.4.2. Concetto di morale
 - 9.4.3. Il legame tra legge e morale
 - 9.4.4. Da giusto a ingiusto sulla base di un ragionamento logico

- 9.5. Condotta professionale
 - 9.5.1. Trattare con il cliente
 - 9.5.2. L'importanza di concordare termini e condizioni
 - 9.5.3. I clienti non comprano il design
 - 9.5.4. Condotta professionale
- 9.6. Responsabilità nei confronti degli altri designer
 - 9.6.1. La competitività
 - 9.6.2. Il prestigio della professione
 - 9.6.3. L'impatto sulle altre professioni
 - 9.6.4. Il rapporto con gli altri colleghi. La critica
- 9.7. Responsabilità sociali
 - 9.7.1. Il design inclusivo e la sua importanza
 - 9.7.2. Caratteristiche da tenere in considerazione
 - 9.7.3. Un cambio di mentalità
 - 9.7.4. Esempi e riferimenti
- 9.8.. Responsabilità nei confronti della realtà circostante
 - 9.8.1. Eco-design. Perché è così importante?
 - 9.8.2. Caratteristiche del design sostenibile
 - 9.8.3. Implicazioni ambientali
 - 9.8.4. Esempi e riferimenti
- 9.9.. Conflitti etici e decisioni pratiche
 - 9.9.1. Condotta e pratiche responsabili sul posto di lavoro
 - 9.9.2. Buone pratiche per il designer digitale
 - 9.9.3. Come risolvere i conflitti di interesse?
 - 9.9.4. Come comportarsi con i regali?
- 9.10.. La conoscenza libera: Licenze *Creative Commons*
 - 9.10.1. Cosa sono?
 - 9.10.2. Tipi di licenza
 - 9.10.3. Simbologia
 - 9.10.4. Usi specifici

Modulo 10. Tipografia

- 10.1. Introduzione alla tipografia
 - 10.1.1. Che cos'è la tipografia?
 - 10.1.2. Il ruolo della tipografia nel Graphic Design
 - 10.1.3. Sequenza, contrasto, forma e controforma
 - 10.1.4. Relazione e differenze tra tipografia, calligrafia e lettering
- 10.2. Le molteplici origini della scrittura
 - 10.2.1. Scrittura ideografica
 - 10.2.2. L'alfabeto fenicio
 - 10.2.3. L'alfabeto romano
 - 10.2.4. La riforma Carolingia
 - 10.2.5. L'alfabeto latino moderno
- 10.3. Gli inizi della tipografia
 - 10.3.1. La stampa, una nuova era I primi tipografi
 - 10.3.2. La rivoluzione industriale: la litografia
 - 10.3.3. Modernismo: gli inizi della tipografia commerciale
 - 10.3.4. Le avanguardie
 - 10.3.5. Il periodo interbellico
- 10.4. Il ruolo delle scuole di design nella tipografia
 - 10.4.1. La Bauhaus
 - 10.4.2. Herbert Bayer
 - 10.4.3. Psicologia della Gestalt
 - 10.4.4. La Scuola Svizzera
- 10.5. Tipografia attuale
 - 10.5.1. 1960-1970, i precursori della rivolta
 - 10.5.2. Postmodernismo, decostruttivismo e tecnologia
 - 10.5.3. Dove sta andando la tipografia?
 - 10.5.4. Caratteri tipografici di tendenza
- 10.6. Forma tipografica I
 - 10.6.1. Anatomia della calligrafia
 - 10.6.2. Misure e attributi del tipo
 - 10.6.3. Famiglie di caratteri tipografici
 - 10.6.4. High case, low case e small cap
 - 10.6.5. Differenza tra tipografia, font e famiglia di caratteri
 - 10.6.6. Filetti, linee ed elementi geometrici
- 10.7. Forma tipografica II
 - 10.7.1. La combinazione tipografica
 - 10.7.2. Formati dei caratteri (*PostScript-TrueType-OpenType*)
 - 10.7.3. Licenze per i caratteri tipografici
 - 10.7.4. Chi dovrebbe acquistare la licenza, il cliente o il designer?
- 10.8. Correzione tipografica. Composizione di testi
 - 10.8.1. Spaziatura tra le lettere. *Tracking e Kerning*
 - 10.8.2. Spaziatura tra le parole. Il quadratino
 - 10.8.3. Interlinea
 - 10.8.4. Il corpo del carattere
 - 10.8.5. Attributi del testo
- 10.9. Il disegno delle lettere
 - 10.9.1. Processo creativo
 - 10.9.2. Materiali tradizionali e digitali
 - 10.9.3. L'uso della tavoletta grafica e dell'iPad
 - 10.9.4. Tipografia digitale: contorni e bitmap
- 10.10. Poster tipografici
 - 10.10.1. La calligrafia come base per il disegno delle lettere
 - 10.10.2. Come creare una composizione tipografica di grande impatto?
 - 10.10.3. Riferimenti visivi
 - 10.10.4. La fase degli schizzi
 - 10.10.5. Progetto

06 Tirocinio

Dopo aver completato il periodo di apprendimento online, il programma prevede un tirocinio in un centro creativo leader nel campo del Graphic Design, dove il professionista imparerà a trasferire le conoscenze teoriche acquisite in un ambiente di lavoro reale, a fianco dei migliori esperti del settore. A





“

Avere accesso non solo alla migliore preparazione online, ma anche a un tirocinio in un centro prestigioso dove interagire con rinomati professionisti del design, è possibile solo grazie a TECH"

La fase pratica di questa qualifica consiste in una giornata di apprendimento intensivo di 3 settimane in un centro specializzato in Graphic Design. Il tirocinio si svolgerà dal lunedì al venerdì, per 8 ore di seguito. In questo modo si garantisce che il professionista possa acquisire e rafforzare le proprie conoscenze senza interruzioni, in modo continuo.

In questa proposta didattica, di carattere completamente pratico, le attività sono finalizzate allo sviluppo e al perfezionamento delle competenze necessarie allo sviluppo delle più recenti tecniche di Graphic Design adeguate alle tendenze del mercato e in accordo con i diversi settori, e orientate alla preparazione specifica per l'esercizio dell'attività.

È senza dubbio una grande opportunità per imparare lavorando, mettendo in pratica conoscenze e competenze con la possibilità di vedere in prima persona le procedure utilizzate nei centri di Graphic Design professionali, attraverso attrezzature all'avanguardia e il miglior personale specializzato.

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 Graphic Design (imparare a essere e imparare a relazionarsi).



Questo Master Semipresenziale in Graphic Design ti consentirà di creare progetti grafici completi in qualsiasi contesto comunicativo"

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

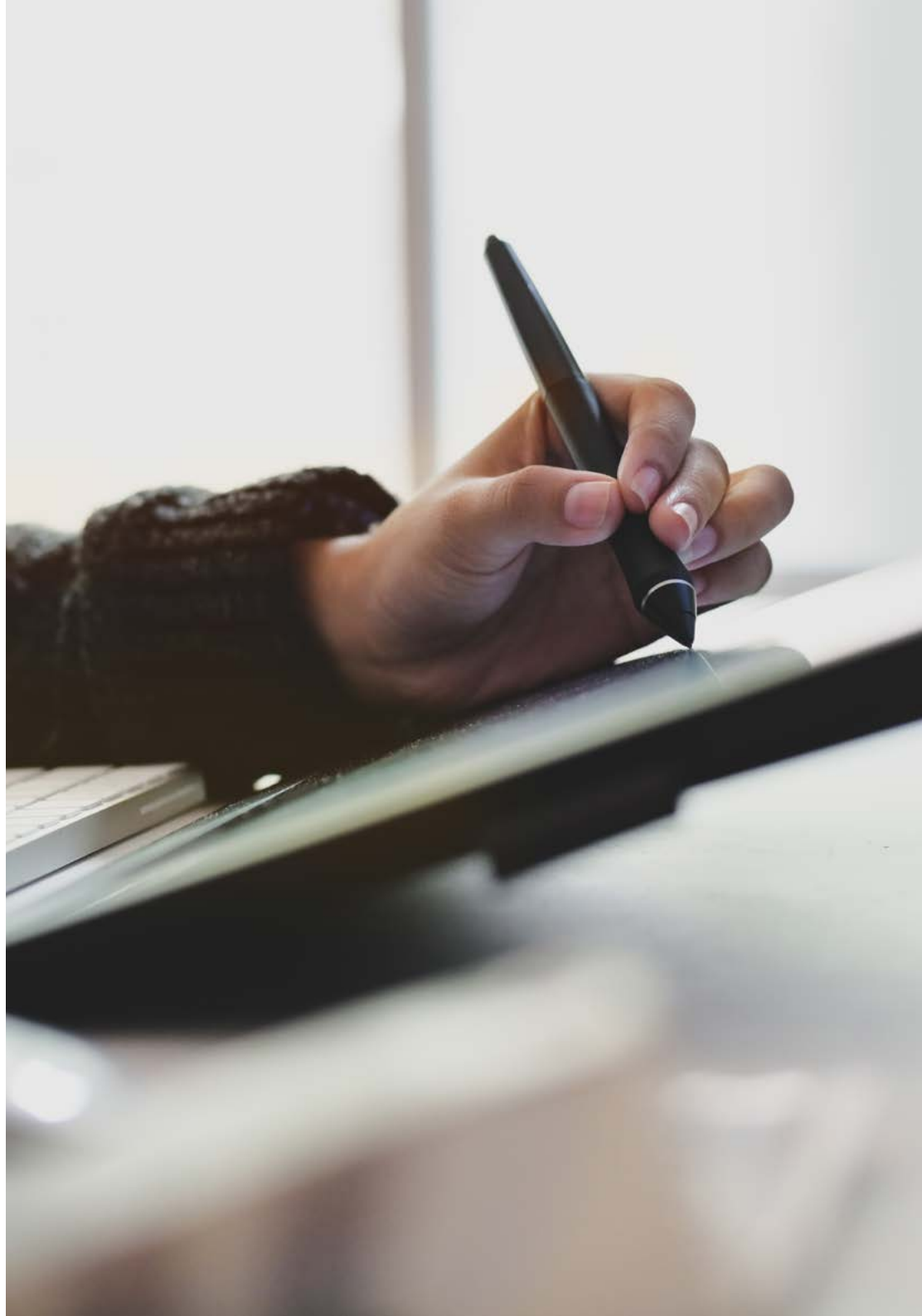
Modulo	Attività Pratica
Introduzione al colore	Creare pezzi grafici diversi, utilizzando colori differenti in base alle emozioni che ognuno vuole trasmettere
	Progettare pezzi grafici, applicando a ciascuno le diverse teorie del colore
Design editoriale	Generare lavori grafici orientati alla stampa editoriale
	Creare un layout grafico per supporti editoriali digitali
	Creare un progetto editoriale da zero con InDesign
Metodologie di design	Creare una propria metodologia di lavoro, basata su una serie di obiettivi che si desidera raggiungere
	Risolvere eventuali problemi che possono sorgere nella metodologia di lavoro stabilendo a tal fine un'analisi dei bisogni
	Eseguire e preparare un <i>briefing di design</i>
Graphic Design	Realizzare lavori di Graphic Design rivolti a diversi settori di attività
	Creare il proprio stile di Graphic Design
	Utilizzare i più diffusi strumenti di Graphic Design come Adobe Lightroom o Adobe Photoshop
Immagine aziendale	Creare e modificare gli schizzi di design dell'immagine corporativa di un'azienda
	Progettare l'immagine corporativa finale di un'azienda, tenendo conto del messaggio e della percezione che si vuole trasmettere
	Gestire il manuale di identità aziendale, individuando le regole di costruzione e gli elementi grafici rilevanti

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 seminario educativo all'interno del 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 del tirocinio

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

1 TUTORAGGIO: durante il Master Semipresenziale agli studenti verranno assegnati due tutor che li seguiranno durante tutto il percorso, risolvendo eventuali dubbi e domande.

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, allo studente verrà assegnato anche un tutor accademico che avrà il compito di coordinare e aiutare lo studente durante l'intero processo, risolvendo i dubbi e fornendogli tutto ciò di cui potrebbe aver bisogno. 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 ASSENZE: in caso di mancata presentazione il giorno di inizio del Master Semipresenziale, 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 Master Semipresenziale riceverà un certificato che attesterà il tirocinio svolto presso il centro in questione.

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

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

7 NON INCLUDE: il Master Semipresenziale 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.

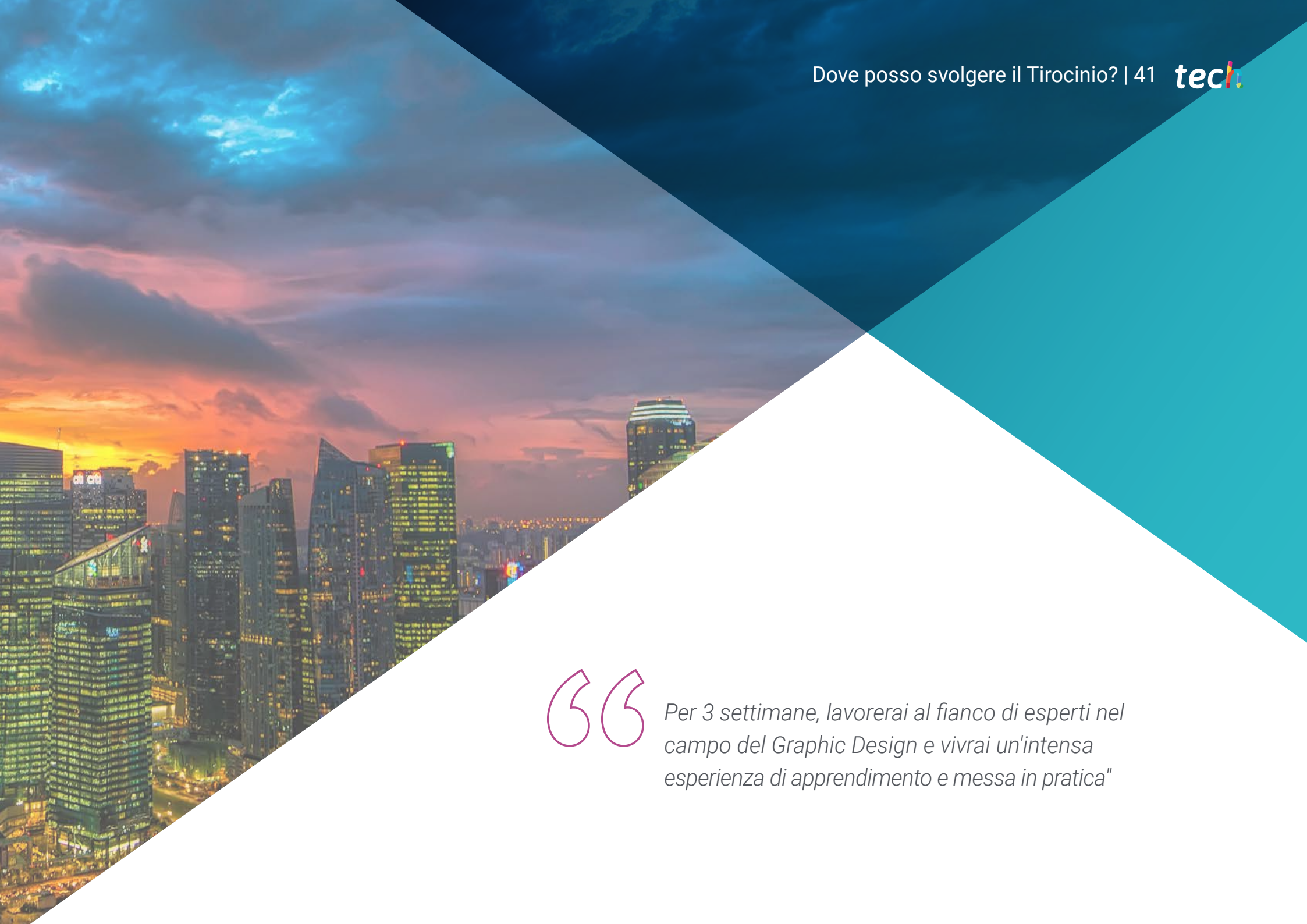
Tuttavia, gli studenti potranno consultare il proprio tutor accademico per qualsiasi dubbio o raccomandazione in merito. Egli fornirà tutte le informazioni necessarie per semplificare le procedure.

07

Dove posso svolgere il Tirocinio?

Nell'ambito dell'offerta didattica d'élite per tutti i suoi studenti, questo Master Semipresenziale prevede un seminario educativo di 3 settimane in un prestigioso centro creativo. Grazie al processo di selezione esaustivo di TECH, gli studenti applicheranno le loro conoscenze nella pratica con casi reali e professionisti esperti.



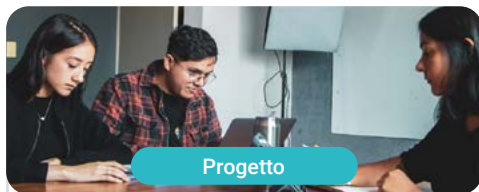


“

Per 3 settimane, lavorerai al fianco di esperti nel campo del Graphic Design e vivrai un'intensa esperienza di apprendimento e messa in pratica"



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



Progetto

Goose & Hopper

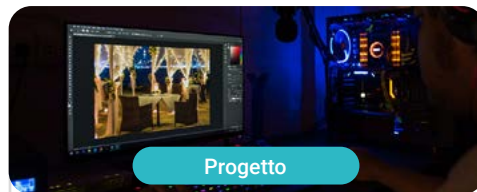
Paese Città
Messico Michoacán di Ocampo

Indirizzo: Avenida Solidaridad Col. Nueva Chapultepec Morelia, Michoacan

Agenzia di pubblicità, design, tecnologia e creatività

Ambiti pratici di competenza:

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



Progetto

Happy Studio Creativos

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Limantitla 6A Santa Úrsula Xitla Tlalpan 14420 CDMX

Azienda creativa dedicata al mondo audiovisivo e alla comunicazione

Ambiti pratici di competenza:

- Fotografia Digitale
- Sceneggiatura Audiovisiva



Progetto

Break Point Marketing

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Calle Montes Urales 424 4to piso lomas- Virreyes, Lomas de Chapultepec, Miguel Hidalgo C.P 11000 CDMX

Azienda creativa specializzata in Marketing e comunicazione Digitale

Ambiti pratici di competenza:

- MBA in Digital Marketing
- Graphic Design



Progetto

Tribalo

Paese Città
Messico Querétaro de Arteaga

Indirizzo: Ignacio Pérez Sur N°49 El Carrizal Querétaro

Agenzia di pubblicità e Marketing Digitale

Ambiti pratici di competenza:

- MBA in Digital Marketing
- Comunicazione Pubblicitaria



Progetto

Estudio 630

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Av. Santa Fe 428-Piso 15, Lomas de Santa Fe, Contadero, Cuajimalpa de Morelos, 05300 Ciudad de México, CDMX, México

Azienda creativa per i media digitali

Ambiti pratici di competenza:

- Graphic Design
- Website Management Engineering



Progetto

Futurité

Paese Città
Messico Nuevo León

Indirizzo: Av. José Vasconcelos 345 piso 21 Col. Santa Engracia San Pedro Garza García Monterrey Nuevo León

Società di analisi web, graphic design e software

Ambiti pratici di competenza:

- MBA in Digital Marketing
- Graphic Design



Progetto

Grupo Neo

Paese Città
Messico Querétaro de Arteaga

Indirizzo: Fernando Soler 118 Col. La Joya Querétaro C.P. 76180

Azienda specializzata in Graphic Design e lavori creativi

Ambiti pratici di competenza:

- MBA in Digital Marketing
- Graphic Design



Progetto

The We Company

Paese Città
Messico Querétaro de Arteaga

Indirizzo: Juan N. Frías 19, del Parque,
Constituyentes, 76147 Santiago de Querétaro,
Qro., México

Agenzia Marketing Digitale

Ambiti pratici di competenza:

- Graphic Design
- Social Media Management Community Manager



Progetto

Innovación Gráfica

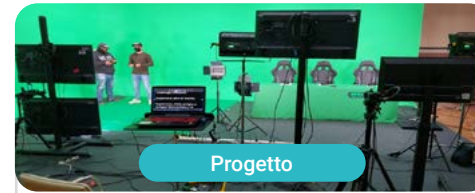
Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Calle Juan de Dios Peza N° 115, Col
Obrera, CP. 06800, CDMX

Entità specializzata in marketing e
architettura commerciale

Ambiti pratici di competenza:

- Graphic Design
- Direzione Commerciale e Vendite



Progetto

Gaming Partners

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Poniente 75 Col. 16 de septiembre
Alcaldía Miguel Hidalgo

Azienda specializzata nel marketing gaming e nello
sviluppo di videogiochi

Ambiti pratici di competenza:

- Amministrare del Personale
- Direzione Commerciale e Vendite



Progetto

Coppel

Paese Città
Messico Sinaloa

Indirizzo: República 2855 Los Alamos, Col. Recursos
Hidráulicos 80105 Culican Rosales Sinaloa

Azienda specializzata in servizi finanziari e di consulenza

Ambiti pratici di competenza:

- MBA in Digital Marketing
- Graphic Design



Progetto

Damante Digital

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Av. Coyoacán 931 Col. Del Valle
Centro, Benito Juárez C.P. 03100 CDMX

Agenzia di Marketing, Comunicazione e pubblicità
Digitale

Ambiti pratici di competenza:

- Graphic Design
- MBA in Digital Marketing



Progetto

Grupo Fórmula

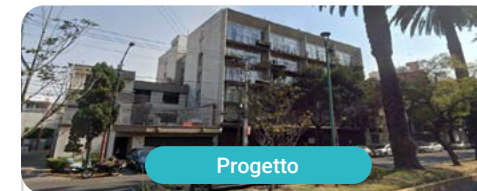
Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Cda. San Isidro 44, Reforma Soc,
Miguel Hidalgo, 11650 Ciudad de México, CDMX

Azienda leader nella comunicazione multimediale e
generazione di contenuti

Ambiti pratici di competenza:

- Graphic Design
- Gestione del personale



Progetto

Amperson

Paese Città
Messico Città del Messico

Indirizzo: Dr. Vertiz 652, int 302, Narvarte
Poniente, Benito Juárez, 03023,
Ciudad de México, México

Agenzia Marketing e Comunicazione Digitale

Ambiti pratici di competenza:

- Graphic Design
- MBA in Gestione di Pubblicità e
Relazioni Pubbliche



Progetto

Piensamarketing

Paese Città
Argentina 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



Progetto

Amplifica

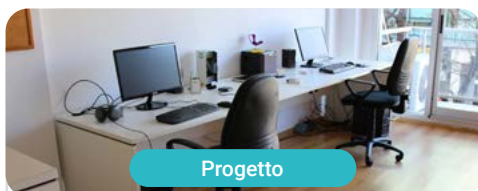
Paese Città
Argentina Città Autonoma di Buenos
Aires

Indirizzo: Chile 576, C1098AAL CABA, Argentina

Agenzia SEO per la promozione della comunicazione e
il posizionamento efficace

Ambiti pratici di competenza:

- Comunicazione Pubblicitaria
- Graphic Design



Progetto

Buppa

Paese Città
Argentina Città Autonoma di Buenos
Aires

Indirizzo: Palpa 3088, piso 1 Ciudad
Autónoma de Buenos Aires

Studio marketing e comunicazione digitale

Ambiti pratici di competenza:

- Graphic Design
- Design Multimediale





Progetto

Goose & Hopper

Paese
Spagna

Città
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



Cogli questa opportunità per circondarti di professionisti esperti e approfittare della loro metodologia di lavoro"

0

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

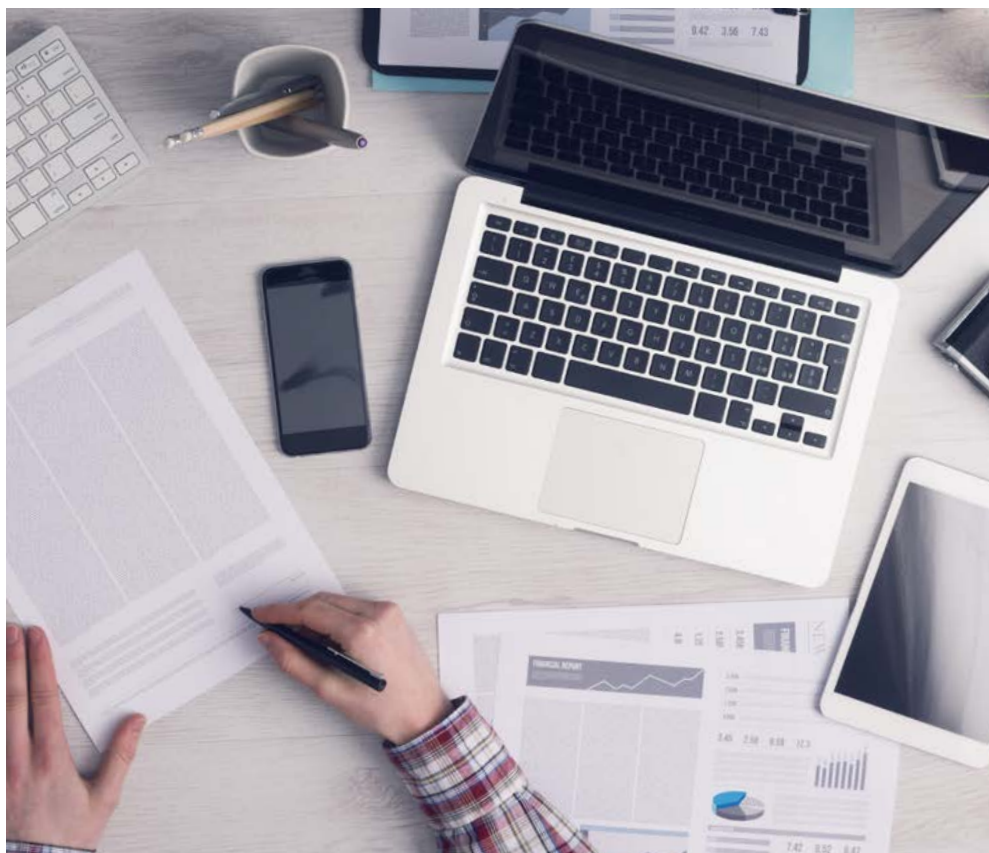
Il nostro programma offre un metodo rivoluzionario per sviluppare le abilità e le conoscenze. Il nostro obiettivo è quello di rafforzare le competenze in un contesto mutevole, competitivo e altamente esigente.

“

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.



09

Titolo

Il Master Semipresenziale in Graphic Design garantisce, oltre alla preparazione più rigorosa e aggiornata, il conseguimento di 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 Graphic Design** 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.

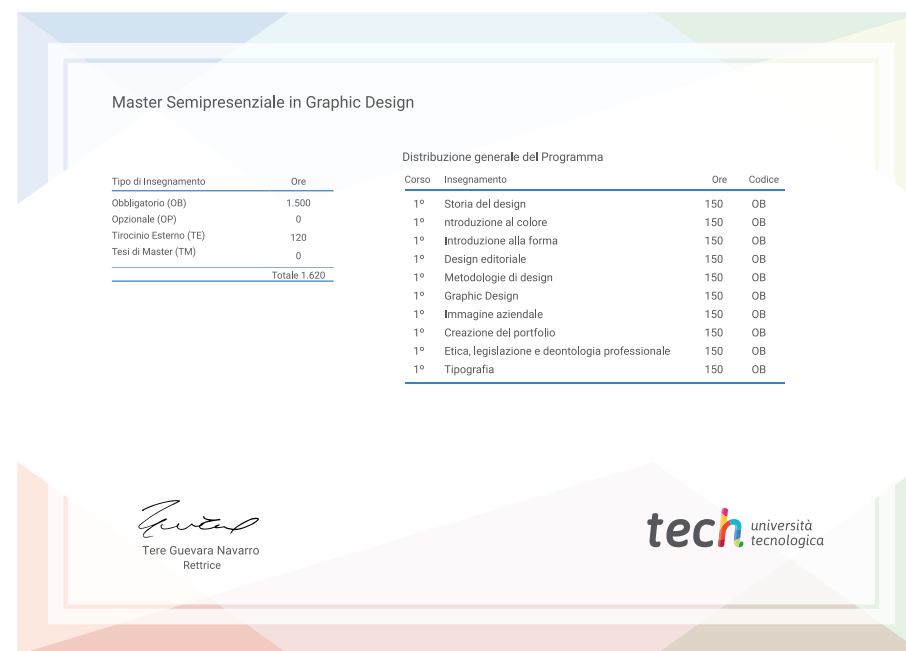
Titolo: **Master Semipresenziale in Graphic Design**

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

Durata: **12 mesi**

Titolo: **TECH Università Tecnologica**

N° Ore Ufficiali: **1.620 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
formazione online
sviluppo istituzioni
classe virtuale linguaggi

tech universidad
tecnológica

Master Semipresenziale Graphic Design

Modalità: Semipresenziale (Online + Tirocinio)

Durata: 12 mesi

Titolo: TECH Università Tecnológica

Ore teoriche: 1.620

Master Semipresenziale

Graphic Design

