

PROGRAMMA CONSUNTIVO

A.S 2022/23

Tecniche Professionali dei servizi Commerciali e Pubblicitari

Classe II P

Docente di TPSCP: Laura Govoni

AMBITO DISCIPLINARE: Lab di Espressioni Grafiche

Corso: Servizi Commerciali, Design e Grafica Pubblicitaria

ORDINE DI SCUOLA: PROFESSIONALE

CLASSI: seconda P

DOCENTE: Laura Govoni

FINALITA'

I risultati di apprendimento della disciplina "TPSCP" si riferiscono all'indirizzo che caratterizza il corso di Servizi Commerciali sezione Pubblicità.

Progettare semplici prodotti grafici sulla base delle richieste del brief di documentazione dei progetti, tenendo conto delle caratteristiche del prodotto, sua funzione e mezzo di diffusione; Costruire messaggi utilizzando elementari principi della comunicazione visiva; Utilizzare i caratteri, rielaborarli ed abbinarli proponendo diverse soluzioni compositive;

Utilizzare software per la produzione di immagini vettoriali e bitmap funzionali al progetto.

ABILITÀ

Utilizzare i mezzi e gli strumenti tecnici per il disegno tradizionale; Sviluppare la capacità di osservazione; Saper organizzare i tempi e le modalità di esecuzione delle fasi progettuali ed esecutive del lavoro nel rispetto delle scadenze richieste.

LEZIONI PROPEDEUTICHE:

- Uso di Photoshop per il ritaglio e il fotoritocco delle immagini
- Uso di Illustrator© per la produzione di grafica vettoriale

PREREQUISITI:

ILLUSTRATOR

Conoscenza del programma di disegno vettoriale

1. -scontorni di immagini con lo strumento penna
2. -utilizzo di tutti gli strumenti idonei alla realizzazione di una qualsiasi forma grafica (penna, matita, punti di ancoraggio e bilancieri, forbici, cutter, arrotonda, modifica curva con lo strumento di selezione diretta)
3. -rotazione, riflessione, ridimensionamento, inclinazione di un'immagine vettoriale
4. -strumenti del 3 D (estrusione, rivoluzione, prospettiva vettoriale a due fuochi)
5. -maschera di ritaglio
6. -utilizzo di "elaborazione tracciati "in tutte le sue tipologie.
7. -Uso del colore per la campitura, dal menu a tendina o dal selettore, modifica delle sfumature date, per renderle personali.
8. -Applicazione della sfumatura modificando il centro di irradiazione e la forma della selezione sfumata.
9. -Uso della griglia calamitata e dei righelli per allineare gli oggetti grafici disegnati.
10. -Uso del Testo e tipologie di impaginazione
11. -Testo su tracciato
12. -Testo in area
13. -Testo che diventa un tracciato per esser poi modificato.
14. -Strumento prospettiva a due fuochi e a un fuoco
15. -Strumento Bomboletta
16. -Come creare un simbolo e memorizzarlo
17. -Strumento Altera: in tutte le sue tipologie
18. -Strumento Fusione
- 19.-Applicazione degli Effetti nella rivoluzione (bottiglia con etichetta)
- 20.-Come impostare una griglia (2 D e 3 D)
- 21.-Quando utilizzare un salvataggio in Ai; PDF; PNG

PHOTOSHOP

- strumenti di selezione e differenze applicative
- maschera di livello applicata alla fusione di due oggetti
- come applicare una sfumatura e come modificarla rispetto a dei parametri dati
- strumento Timbro Clone
- utilizzo del formato PNG-PDF-JPG-PSD
- scontorno di un soggetto con lo strumento penna, salvataggio del tracciato
- come creare ombre in PS(doppia tipologia a secondo del caso)

(I primi due riquadri elencano i prerequisiti indispensabili per poter affrontare la progettualità del secondo anno, ai quali si aggiungeranno nuove abilità sui programmi specifici di grafica e le regole per poter affrontare la progettualità)

1)FARMACO SIMPATICO (progetto packaging)

Con il programma di disegno vettoriale, copia di un packaging esistente, di un farmaco presente sul mercato, riproducendo sia la parte grafico-decorativa che le parti testuali. Rispetto dei margini, della tipologia di impaginazione, dei font, dell'interlinea, della crenatura. La scelta del farmaco deve esser fatta rispetto alla possibilità di una variante del nome del prodotto, giocata per ricreare un messaggio simpatico, da rinforzare poi nella "posologia" e nel "bugiardino".

L'intento è stato quello di studiare le varie modalità di impaginazione di un packaging di un farmaco, molto diverse rispetto alle modalità di prodotti alimentari, con delle costanti e delle varianti rispetto ad altri prodotti farmaceutici da banco.

La modifica al "nome fantasia del farmaco" doveva generare un altro prodotto con messaggi ironici, simpatici, didatticamente fuorvianti, stimolando anche un'altra abilità che è riscontrabile, in uno studio grafico, nella figura del copywriter, colui che si occupa della parte testuale.

(es: VOLTAREN, Volta la pagina" ...sottotitolo: svegliati che domani hai una verifica, farmaco indicato per evitare la sonnolenza prolungata....)

Costruzione di tutte le parti che compongono le 6 facce del parallelepipedo.

Tratteggio delle cordonature e traccia della fustellatura.

Stampa su cartoncino (160gr) e assemblaggio (con opportune linguette) per verificarne la continuità grafica tra le facce del parallelepipedo, nel rispetto dei lati considerati prioritari nell'esposizione (scaffalatura).

2) Progettazione MARCHIO MONOGRAMMA

Progettazione di un Marchio Monogramma e sua presentazione in un format: ingrandimento, riduzione, positivo, negativo, prove colore.

Classificazione dei marchi nelle dieci famiglie:

Marchio logotipo; Marchio monogramma; Marchio con lettera sostituita; Marchio Numerico; Marchio con emblema astratto; Marchio con Emblema figurativo (con riferimento al nome, al prodotto, simbolico) Marchio fotografico; Marchio dentro forma geometrica.

3) Progettazione SEGNALIBRO contro la violenza sulle donne

Progettazione di un Segnalibro (5 x 20cm) sul tema della violenza di genere, potevano utilizzare il simbolo della scarpa rossa, della panchina rossa. Headline: 25 novembre 2023-Giornata contro la violenza sulle Donne

4)PROGETTAZIONE GADGET

Ricerca in internet di immagini, riguardanti gadget, dove poter inserire il marchio monogramma, precedentemente realizzato.

L'inserimento dovrà valorizzare il logo e permettere la sua leggibilità.

I tre gadget prescelti verranno scontornati in photoshop e l'inserimento del logo dovrà rispettare la deformazione data dal supporto (concavo, convesso, realizzato prospetticamente o frontale).

5)PROGETTO CAMPARI

Copia con il disegno vettoriale di una Pubblicità della Campari dove il testo diventa un elemento grafico Alla pari del visual.

6)PROGETTO ABSOLUT

Dopo aver analizzato e discusso in classe sulle modalità progettuali dell'Azienda Absolut, nelle molteplici campagne pubblicitarie presenti su internet, si chiede alla classe di studiare un'idea di una pubblicità stampa, che riproponga la sagoma della "bottiglia dell'Absolut" facendo di questa l'elemento caratterizzante. Rough a colori e realizzazione dell'idea da fare a computer con i programmi di Photoshop e Illustrator.

7)PROGETTO ESSELUNGA

Dopo aver analizzato e discusso in classe sulle modalità progettuali dell'Azienda Armando Testa, nelle molteplici campagne pubblicitarie fatte per l'ESSELUNGA, si chiede alla classe di studiare un'idea di una pubblicità stampa, che riproponga la modalità del frutto o della verdura con un complemento, che identifica un personaggio noto.

Rough a colori e realizzazione dell'idea da fare a computer con il programma Photoshop .

Docente di TPSCP: Laura Govoni

Docente in compresenza: Maria Romano

Rappresentanti di classe: D'Abramo Giada e Nafati Amira Michelle