



Unione Europea



REGIONE CAMPANIA

## REPERTORIO DELLE QUALIFICAZIONI PROFESSIONALI DELLA REGIONE CAMPANIA

<b>SETTORE ECONOMICO PROFESSIONALE<sup>1</sup></b>	
<b><u>Area Comune</u></b>	
<b>Processo</b>	Marketing, sviluppo commerciale e pubbliche relazioni
<b>Sequenza di processo</b>	Pubbliche relazioni, comunicazione, promozione e pubblicità
<b>Area di Attività</b>	ADA.25.225.735: Elaborazioni di progetti grafici per la comunicazione e la pubblicità
<b>Qualificazione regionale</b>	Tecnico grafico pubblicitario
<b>Referenziazioni</b>	Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2006): 3.4.4.2.1 Grafici pubblicitari Nomenclatura delle unità Professionali (NUP/CP ISTAT 2011): 3.4.4.1.1 Grafici
	Classificazione delle attività economiche (ATECO 2007/ISTAT): 70.21.00 Pubbliche relazioni e comunicazione 73.11.01 Ideazione di campagne pubblicitarie 73.11.02 Conduzione di campagne di marketing e altri servizi pubblicitari 73.12.00 Attività delle concessionarie pubblicitarie
<b>Livello EQF</b>	4
<b>Descrizione sintetica della qualificazione e delle attività</b>	Esegue rappresentazioni grafiche di messaggi pubblicitari utilizzando diversi strumenti di comunicazione visiva. È un professionista che opera nel settore delle attività di servizi alle imprese e svolge compiti creativi finalizzati alla comunicazione aziendale. Possiede doti naturali (creatività e fantasia) ma anche un ottimo bagaglio tecnico e culturale. Applica la forma grafica bidimensionale e tridimensionale in un quadro di valenze culturali interagenti. Traduce l'idea pubblicitaria in un progetto grafico con o senza l'ausilio di supporti informatici

<sup>1</sup> Rif. Accordo Stato-Regioni del 27 luglio 2011

## STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

<b>COMPETENZA N. 1 - Titolo</b>	
Progettazione grafica e gestione degli strumenti operativi per il trattamento delle immagini	
<b>Risultato atteso</b>	
Utilizzare le funzionalità di specifici strumenti tecnici e tecnologici per elaborare, gestire e rappresentare le immagini dei prodotti/servizi da pubblicizzare	
<b>Abilità</b>	<b>Conoscenze</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• applicare le risorse offerte dalle nuove tecnologie (materiali, stampa, grafica computerizzata), per la riproduzione e il trattamento delle immagini</li> <li>• trascrivere gli elaborati grafici attraverso l'impiego di strumenti tecnici e tecnologici di gestione delle immagini</li> <li>• utilizzare gli applicativi informatici più comuni per la gestione grafica di immagini, testi, video e foto, programmi di elaborazione e impaginazione di immagini e testi</li> <li>• applicare tecniche di computer grafica</li> <li>• applicare tecniche di consultazione banche dati fotografiche</li> <li>• applicare tecniche di disegno</li> <li>• applicare tecniche di impaginazione</li> <li>• applicare tecniche di photoediting</li> <li>• applicare tecniche di progettazione grafica</li> <li>• utilizzare software elaborazione e ritocco immagini (photoshop o analoghi)</li> <li>• utilizzare software grafica vettoriale (illustrator, freehand o analoghi)</li> <li>• utilizzare software grafica-impaginazione (xpress, indesign o analoghi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• programmi applicativi per la gestione delle immagini e il fotoritocco</li> <li>• tecniche e strumenti di image processing per il trattamento digitale dell'immagine</li> <li>• tecnologie delle produzioni visive tradizionali e moderne per la gestione dell'immagine sui supporti tradizionali e innovativi</li> <li>• codice di autodisciplina pubblicitario</li> <li>• elementi di colorimetria</li> <li>• elementi di disegno</li> <li>• elementi di fotografia</li> <li>• elementi di grafica pubblicitaria</li> <li>• elementi di psicologia della comunicazione</li> <li>• grafica del prodotto editoriale</li> <li>• elementi di comunicazione visiva</li> <li>• teoria del colore</li> </ul>

### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
Progettazione grafica e gestione degli strumenti operativi per il trattamento delle immagini. Utilizzare le funzionalità di specifici strumenti tecnici e tecnologici per elaborare, gestire e rappresentare le immagini dei prodotti/servizi da pubblicizzare.	Le operazioni di gestione degli strumenti operativi per il trattamento delle immagini grafiche..	Organizzazione dei contenuti grafici; corretto utilizzo di apparecchiature e supporti per la creazione di immagini..



Unione Europea



REGIONE CAMPANIA

## STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

<b>COMPETENZA N. 2 - Titolo</b>	
Gestione degli strumenti operativi per la stampa del prodotto grafico	
<b>Risultato atteso</b>	
Utilizzare le funzionalità delle apparecchiature di stampa per la riproduzione seriale del prodotto grafico	
<b>Abilità</b>	<b>Conoscenze</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• costruire l'immagine grafica in funzione degli strumenti di stampa disponibili e utilizzabili</li> <li>• applicare tecniche di computer grafica</li> <li>• applicare tecniche di consultazione banche dati fotografiche</li> <li>• applicare tecniche di disegno</li> <li>• applicare tecniche di impaginazione</li> <li>• applicare tecniche di photoediting</li> <li>• applicare tecniche di progettazione grafica</li> <li>• utilizzare software elaborazione e ritocco immagini (photoshop o analoghi)</li> <li>• utilizzare software grafica vettoriale (illustrator, freehand o analoghi)</li> <li>• utilizzare software grafica-impaginazione (xpress, indesign o analoghi)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• caratteristiche degli strumenti tecnici e tecnologici di stampa per l'impiego di opportune funzioni che garantiscono gli effetti desiderati</li> <li>• programmi e software applicativi per l'impaginazione e la realizzazione delle pubblicazioni</li> <li>• tecniche di stampa per eseguire una corretta valutazione dei materiali di impiego</li> <li>• tecniche di fotolito</li> <li>• tecniche di impaginazione</li> <li>• carta e cartoni</li> <li>• elementi di colorimetria</li> </ul>

### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
Gestione degli strumenti operativi per la stampa del prodotto grafico. Utilizzare le funzionalità delle apparecchiature di stampa per la riproduzione seriale del prodotto grafico.	Le operazioni di gestione degli strumenti operativi per la stampa del prodotto grafico.	Elaborazione del programma di lavoro; corretto utilizzo dei mezzi di stampa.



## STANDARD DELLE COMPETENZE TECNICO-PROFESSIONALI CARATTERIZZANTI LA QUALIFICAZIONE

<b>COMPETENZA N. 3 - Titolo</b> Studio e analisi del prodotto/servizio da rappresentare	
<b>Risultato atteso</b> Individuare gli elementi di utilità/beneficio caratteristici del prodotto/servizio che devono essere messi in risalto nel messaggio visivo	
<b>Abilità</b>	<b>Conoscenze</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• analizzare i messaggi, sia semiotici, che semiologici, in specifici ambiti sociali e/o settoriali</li> <li>• riconoscere le tendenze e i gusti visivi di maggiore impatto, associandoli in modo flessibile alle specifiche realtà socio-economiche</li> <li>• sviluppare doti comunicative idonee alle esigenze operative ed in relazione al target di riferimento</li> <li>• analizzare i tempi e i costi di realizzazione di preventivi</li> <li>• analizzare e gestire le esigenze: interpretare il brief o le specifiche di progettazione per individuare le soluzioni di immagine che meglio interpretano gli obiettivi;</li> <li>• approfondire gli argomenti emersi a livello di brief, aiutando il cliente ad esplicitare le proprie esigenze</li> <li>• trasferire le indicazioni emerse a livello di analisi del brief nel progetto di prodotto</li> <li>• sviluppare le diverse soluzioni per la proposta creativa, attraverso la realizzazione di bozze e schizzi</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• elementi di analisi psico-sociologica per misurare gli effetti di specifici strumenti di comunicazione visiva</li> <li>• elementi di storia dell'arte e del costume per rendere l'immagine pubblicitaria aderente al contesto socio-culturale in cui viene trasmessa</li> <li>• elementi di psicologia della comunicazione per individuare i segni e i sistemi visivi che maggiormente favoriscono la percezione e l'attenzione di specifici target di destinatari</li> <li>• tecniche della comunicazione visiva di massa per l'applicazione delle metodologie di rappresentazione destinate ad un numero notevole di recettori</li> <li>• teorie e tecniche della grafica per lo studio del sistema di identità visiva e la definizione coordinata del marchio e dell'immagine</li> <li>• elementi di comunicazione visiva</li> <li>• elementi di fotografia</li> <li>• teoria del colore</li> </ul>

### Indicazioni per la valutazione delle competenze

<b>Titolo competenza e Risultato atteso</b>	<b>Oggetto di osservazione</b>	<b>Indicatori</b>
Studio e analisi del prodotto/servizio da rappresentare. Individuare gli elementi di utilità/beneficio caratteristici del prodotto/servizio che devono essere messi in risalto nel messaggio visivo.	Le operazioni di studio e analisi del prodotto/servizio da rappresentare..	Corretta elaborazione del messaggio pubblicitario secondo le caratteristiche del prodotto e le richieste del cliente; corretta elaborazione di un progetto di immagine coordinata.