

**Piano di formazione  
relativo all'ordinanza sulla formazione professionale  
di base**

**Grafica AFC / Grafico AFC**

10 agosto 2009

(Versione del 6 agosto 2012)



## Indice dei contenuti

<b>Introduzione</b>	<b>4</b>
Profilo professionale	4
Sulla struttura del piano di formazione	4
<b>Definizioni</b>	<b>6</b>
Terminologia relativa al metodo	6
Terminologia professionale	8
<b>Parte A Competenze operative</b>	<b>10</b>
<b>1 Competenza metodologica</b>	<b>10</b>
<b>2 Competenza sociale e personale</b>	<b>12</b>
<b>3 Competenza professionale</b>	<b>14</b>
3.1 Acquisizione	14
3.2 Analisi	16
3.3 Pianificazione	19
3.4 Idea	21
3.5 Concezione	24
3.6 Bozza	26
3.7 Definizione dei dettagli	31
3.8 Presentazione	33
3.9 Realizzazione	35
3.10 Amministrazione del progetto	40
<b>Parte B Griglia delle lezioni</b>	<b>42</b>
<b>Parte C Organizzazione, suddivisione e durata dei corsi interaziendali</b>	<b>43</b>
<b>Parte D Procedura di qualificazione</b>	<b>45</b>
<b>Parte E Approvazione ed entrata in vigore</b>	<b>47</b>
<b>Modifiche al piano di formazione per Grafica AFC / Grafico AFC</b>	<b>48</b>
<b>Allegato</b>	<b>49</b>
Elenco della documentazione concernente l'attuazione della formazione professionale di base	49

## Introduzione

### Profilo della professione

I grafici AFC lavorano nell'ambito della comunicazione visuale. Concepiscono, progettano e realizzano media stampati ed elettronici all'interno di un settore d'attività estremamente vario, che va dalla progettazione del corporate design di media, la creazione di informazione, imballaggio, esposizione e fiere fino alla progettazione didattica o all'illustrazione.

I grafici lavorano in maniera sistematica, cercando sempre nella progettazione di utilizzare modalità attuative nuove e innovative. Pianificano e controllano lo svolgimento del progetto, seguono la produzione e ne curano l'amministrazione. Impiegano nel processo produttivo creatività, conoscenze professionali, capacità creativa e artigianale con l'obiettivo di raggiungere in maniera ottimale le esigenze comunicative dei clienti. Considerano gli aspetti economici ed ecologici come linee guida per lo svolgimento del progetto.

Modo di pensare logico, taglio analitico, perseveranza, chiarezza concettuale e competenza linguistica da una parte, così come inventiva, voglia di sperimentare e la capacità di ripensare dei progetti dall'altra sono i presupposti per un'attività professionale di successo. La partecipazione attiva e passiva allo sviluppo di attività culturali, sociali, politiche, economiche e scientifiche, l'ampia e approfondita conoscenza del sapere tramandato e apertura mentale per il nuovo, la tolleranza per ciò che è diverso e per l'altro così come le capacità d'immedesimazione e identificazione sono elementi fondamentali per le loro produzioni creative e progettuali.

4 | 49

La loro consolidata e approfondita formazione di cultura generale permette ai grafici, con un piccolo periodo di adattamento, di essere competenti in ogni ambito del proprio campo professionale. Sono collaboratori altamente qualificati per i reparti di grafica di un'agenzia di comunicazione o pubblicità, per un laboratorio di grafica o per le sezioni comunicazione di un'impresa o di un'istituzione.

Consapevoli degli effetti da loro impressi sulla cultura della comunicazione contemporanea, i grafici si pongono in maniera responsabile e critica nei confronti del proprio lavoro.

### Sulla struttura del piano di formazione

Il piano di formazione si basa sul modello pedagogico-didattico del metodo Triplex. Questo metodo dispone gli obiettivi di formazione su tre livelli: obiettivi fondamentali, obiettivi operativi, obiettivi di valutazione (cfr. anche pag. 4, livelli di obiettivi). Gli obiettivi di formazione sono formulati in modo tale che, con il superamento della procedura di qualificazione, la capacità professionale sia garantita. La procedura di qualificazione si accorda al contenuto degli obiettivi di qualificazione.

La responsabilità della formazione per gli obiettivi di valutazione è assegnata in modo vincolante ai luoghi di formazione. I livelli tassonomici illustrano l'approfondimento della formazione (cfr. Pag. 5).

Esempio:

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.4.2.1	... spiegare, con parole proprie, i criteri di giudizio delle proprie idee.		III		<b>C2</b>
3.4.2.2	... realizzare un catalogo di criteri per giudicare le proprie idee.		III		<b>C6</b>
3.4.2.3	... realizzare un catalogo di criteri per giudicare le proprie idee in occasione di un progetto didattico.	3			<b>C6</b>
3.4.2.4	... realizzare un catalogo di criteri per giudicare le proprie idee in occasione di un mandato.			3	<b>C6</b>
↑ <i>a</i>	↑ <i>b</i>	↑ <i>c</i>			↑ <i>d</i>

*a* Numerazione degli obiettivi di valutazione

*b* Gli obiettivi di valutazione contengono:  
 – un oggetto univoco;  
 – un comportamento finale osservabile;  
 – strumenti d’ausilio;  
 – una scala di criteri per la valutazione.

*c* Tre luoghi di formazione (Il numero indica da quale anno di tirocinio viene utilizzato l’obiettivo di valutazione):  
 SP = scuola professionale  
 CI = corsi interaziendali (Numero del corso in cifre romane)  
 AT = azienda di tirocinio

*d* Livelli tassonomici

## Definizioni

### *Terminologia relativa al metodo*

#### **Competenze operative**

**Competenze professionali:** permettono al grafico di affrontare compiti specializzati nel proprio ambito professionale e di far fronte in maniera idonea alle sfide professionali in costante evoluzione.

**Competenze metodologiche:** consentono al grafico di svolgere la propria attività in modo pianificato e ordinato, di impiegare in modo razionale i mezzi ausiliari e di risolvere i problemi in modo mirato.

**Competenze sociali e personali** consentono al grafico di gestire le relazioni interpersonali e di affrontare con sicurezza le sfide in situazione di comunicazione e nel lavoro di squadra. Il grafico in tal modo rafforza inoltre la propria personalità ed è pronto a lavorare per il proprio sviluppo personale.

#### **Livelli di obiettivi**

Gli obiettivi professionali e le esigenze per la formazione del grafico si concretizzano nei tre livelli definiti dagli obiettivi fondamentali, operativi e di valutazione. Con il raggiungimento degli obiettivi di valutazione, il grafico acquisisce le competenze metodologiche, sociali e personali richieste.

**Obiettivi fondamentali:** descrivono in forma generale i temi della formazione professionale, motivandone l'importanza. Gli obiettivi fondamentali valgono per tutti i luoghi di formazione. 6 | 49

**Obiettivi operativi:** traducono un obiettivo fondamentale in un comportamento che la persona in formazione deve applicare in determinate situazioni. Descrivono concretamente ciò che deve essere appreso. Gli obiettivi operativi valgono per tutti i luoghi di formazione.

**Obiettivi di valutazione:** descrivono le singole competenze professionali. Gli obiettivi di valutazione si riferiscono a ogni singolo luogo di formazione.

#### **Luoghi di formazione**

Per evitare lacune o doppioni nella formazione viene precisata l'assegnazione dei compiti a ogni luogo di formazione. I luoghi di formazione devono completarsi in maniera ideale.

La distribuzione temporale dovrebbe essere, quando possibile, come di seguito indicata:

- a insegnamenti teorici di base nelle scuole professionali (SP) e nei corsi interaziendali;
- b approfondimento di quanto appreso attraverso esercizi e progetti all'interno della scuola professionale e nei corsi interaziendali (CI);
- c trasposizione nella pratica, consolidamento e applicazione alle molteplici attività nell'azienda di tirocinio (AT).

Le persone in formazione delle classi grafiche devono svolgere un periodo di tirocinio di almeno 4 mesi in un laboratorio di grafica, un'agenzia di comunicazione o pubblicità.

## Tassonomia degli obiettivi di valutazione

Ogni obiettivo di valutazione corrisponde a un determinato **livello C**. Ogni livello indica il livello da raggiungere per ogni obiettivo di valutazione.

- C1 Sapere:** ripetere le informazioni memorizzate.  
Esempio: «Il grafico è in grado di citare le principali tappe della storia del design dal diciannovesimo secolo utilizzando la terminologia appropriata».  
I grafici riferiscono quanto appreso così come lo hanno imparato.
- C2 Comprendere:** comprendere una determinata materia.  
Esempio: «Il grafico è in grado di descrivere in maniera comprensibile, con l'aiuto di schizzi, le regole di base per la realizzazione di una scritta».  
Il mero apprendimento della tecnica non è sufficiente, i grafici devono comprenderne il senso.
- C3 Applicare:** trasferire e applicare quanto appreso in una nuova situazione.  
Esempio: «Il grafico è in grado di elaborare per analogia segni grafici e cifre secondo regole pre-stabilite».  
Quanto appreso deve essere qui adeguato alle diverse situazioni professionali.
- C4 Analizzare:** analisi di un caso, di una situazione complessa o di un sistema deducendone le strutture di base e i principi senza aver precedentemente avuto modo di familiarizzare con questi elementi.  
Esempio: «Il grafico è in grado di valutare la qualità comunicativa di un'idea».  
Viene analizzato un sistema complesso e sconosciuto.
- C5 Sintetizzare:** combinare in maniera costruttiva due differenti fatti, concetti, temi e metodi appresi per risolvere un problema.  
Esempio: «Il grafico è in grado di sviluppare idee innovative con mezzi artistici partendo da contenuti prestabiliti».  
Attraverso la combinazione di diversi fattori si dà vita a qualcosa di nuovo.
- C6 Valutare:** formarsi un'opinione relativa a una situazione complessa motivandola attraverso criteri prestabiliti o sviluppati autonomamente.  
Esempio: «Il grafico è in grado di elaborare un proprio catalogo di criteri per la valutazione delle proprie idee».  
I grafici devono essere in grado di formarsi un'opinione propria su una materia complessa motivandole.

*Terminologia professionale (in ordine alfabetico)*

**Acquisizione** Acquisizione; reclutamento di clienti e mandati.

**Branding** Il branding può essere visto come il conferimento di un valore intrinseco ad alcuni o a tutti i prodotti di una persona, di un'azienda o di un avvenimento come forma d'identità. Esso può comprendere l'aspetto visuale di questo valore, la cosiddetta incarnazione della personalità ambita, e assumere differenti forme. Tutto questo comprende oltre agli aspetti tassonomici di un marchio (come il tipo di scrittura, il tratto, il simbolo, i caratteri tipografici e i colori), anche la credibilità, l'impressione generale e la percezione dell'utente. Da Mono, (traduzione dal Tedesco): Branding. Vom Briefing bis zur Marke, Stiebner Verlag GmbH, München 2002

**Briefing** ... Documento scritto, colloquio informativo tra l'agenzia di pubblicità e il mandante per un'idea pubblicitaria. Da Duden, (traduzione dal tedesco). Das Fremdwörterbuch, 7. Auflage, Dudenverlag, Mannheim Leipzig Wien Zürich 2001

**Corporate Design (CoD)** Aspetto del design di una corporate identity (vedi voce relativa).

**Corporate Identity (CoI)** La corporate identity è la gestione del processo di costruzione dell'identità di un'organizzazione. L'identità voluta verrà raggiunta tramite l'immagine (corporate design), la comunicazione (corporate communication) e il comportamento (corporate behaviour). Da Dieter Herbst (traduzione dal tedesco): Corporate Identity, Cornelsen Verlag, Berlin 1998

8 | 49

**Strumenti creativi** Gli strumenti creativi fondamentali sono colore, forma, movimento e luce. A seconda della tecnica utilizzata e dei campi di applicazione, risultano importanti di volta in volta le diverse qualità ed effetti di tali elementi.

A un livello più specifico, i concetti relativi agli strumenti creativi vengono denominati e ordinati in funzione del tipo di insegnamento, punto di vista o tecnica d'utilizzo. Alcune delle denominazioni più usate sono punto, linea, piano, corpo, spazio, colore, contrasto, motivo, trama, visuale, prospettiva, taglio, drammaturgia, armonia e tensione.

**Marketing** Con marketing s'intende l'insieme di tutte le attività di un'azienda rivolte a un determinato gruppo di destinatari allo scopo di posizionare e vendere con successo i propri prodotti o servizi.

**Comunicazione di mercato** La comunicazione di mercato è utile per esercitare un'influenza mirata e consapevole sulle persone a scopo commerciale o per modificarne i comportamenti. La comunicazione di mercato convince, confronta, sconcerta o incuriosisce. Aspira a creare notorietà, svegliare l'interesse, rafforzare le conoscenze e influenza i comportamenti.

**Portfolio** I grafici, così come le agenzie di comunicazione e pubblicità, solitamente si propongono per un nuovo mandato presentando un portfolio personale. Quest'ultimo, nell'acquisizione come nella ricerca



di un posto di lavoro rimane sempre lo strumento principale. È il vero biglietto da visita per grafici e agenzie e offre la possibilità di presentare i propri progetti in maniera precisa e in differenti lingue di progettazione.

Nuove tecnologie e media aumentano continuamente le forme di presentazione attuali.

**Semiotica** Scienza dei segni, detta anche semiologia (Europa). La semiotica si occupa di tre ambiti: dei segni in quanto tali, del modo in cui sono organizzati in sistemi e del contesto nel quale sono inseriti. Da David

Crow (traduzione dal tedesco): Zeichen, Stiebner Verlag GmbH, München 2005

## Piano di formazione parte A

### Competenze operative

#### 1 Competenza metodologica

##### 1.1 Tecniche di lavoro e risoluzione di problemi

Per risolvere i compiti i grafici applicano metodi e sistemi che consentono loro di mantenere ordine, fissare priorità, distinguere i compiti richiesti dal cliente e quelli non necessari, determinare procedure in maniera sistematica e razionale e garantire la sicurezza sul lavoro. Pianificano le fasi del proprio lavoro, lavorano in modo efficiente e funzionale.

##### 1.2 Approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo

I processi economici non possono essere considerati isolatamente. I grafici conoscono e utilizzano metodi per mettere le proprie attività in relazione con altre attività aziendali così come considerano i punti d'interazione che precedono e che seguono la loro attività. Sono consapevoli degli effetti del loro lavoro sui colleghi e per il successo dell'azienda.

##### 1.3 Modo di pensare e di operare sistematico

10 | 49

Lo sviluppo di progetti, dal concepimento alla realizzazione, è complesso. I grafici garantiscono, con il loro modo di pensare e operare sistematico, processi di lavoro ordinati, funzionali ed efficienti.

##### 1.4 Strategie d'informazione e di comunicazione

L'applicazione dei moderni mezzi di comunicazione e della tecnologia dell'informazione occupa una posizione centrale. I grafici ne sono consapevoli e mirano continuamente all'ottimizzazione del flusso delle informazioni all'interno dell'azienda e al mantenimento dell'ordine del sistema. Ricercano informazioni in modo autonomo e le utilizzano nell'interesse del committente.

##### 1.5 Strategie d'apprendimento

Per aumentare l'efficacia dell'attività di apprendimento e dell'apprendimento permanente possono essere utilizzate diverse strategie. Poiché il modo di apprendimento differisce da persona a persona, i grafici riflettono sul metodo adottato e lo adattano a seconda dei problemi e dei compiti assegnati. Lavorano con strategie di apprendimento efficienti, che rendono piacevole l'apprendimento e procurano loro soddisfazione per i successi conseguiti. Rafforzano la loro capacità di apprendimento permanente e autonomo.

##### 1.6 Tecniche creative

L'apertura alle novità e a procedimenti non convenzionali sono competenze importanti per i grafici. Per tale ragione essi sono in grado di trovare soluzioni innovative per l'ideazione e la progettazione,

abbandonando schemi mentali. I grafici si distinguono per la loro recettività e per l'atteggiamento aperto alle novità e alle tendenze della comunicazione visuale.

#### **1.7 Tecniche di presentazione**

Un risultato di successo è determinato soprattutto dal modo in cui il progetto creativo viene presentato. I grafici conoscono e padroneggiano i metodi di presentazione e li applicano in maniera ottimale a vantaggio dei committenti.

#### **1.8 Modo di pensare e di operare ecologico**

Oggi giorno pensiero e comportamento ecologico sono parti imprescindibili del lavoro quotidiano. I grafici applicano misure di protezione ambientale nei loro processi produttivi, utilizzano se possibile, materiali non dannosi per l'ambiente in fase di progettazione e realizzazione del progetto creativo così come l'impiego di media sostenibili. Riconoscono il potenziale di miglioramento derivante da metodi di produzione ecosostenibili.

## **2 Competenza sociale e personale**

### **2.1 Autonomia e senso di responsabilità**

Nella comunicazione visuale, che sia all'interno di un laboratorio, nel settore grafico di un'agenzia di comunicazione o pubblicitaria o in seno al reparto di comunicazione/pubblicità di un'impresa, i grafici sono corresponsabili dei processi aziendali. Sono pronti a prendere decisioni sotto la loro responsabilità e ad agire coscientemente.

### **2.2 Apprendimento permanente**

La comunicazione visuale è soggetta a costanti cambiamenti. È indispensabile adeguarsi a esigenze e condizioni estremamente mutevoli. I grafici ne sono consapevoli e sono pronti ad acquisire nuove conoscenze e capacità e a imparare durante tutta la vita. Sono aperti alle novità e contribuiscono alla creazione e al cambiamento con il loro pensiero creativo, rafforzano la propria personalità e competitività sul mercato del lavoro.

### **2.3 Capacità di comunicare**

La capacità di comunicare in maniera adeguata alla situazione e all'interlocutore è al centro di tutte le attività della comunicazione visuale. I grafici dimostrano grande spontaneità e apertura. Sono aperti al dialogo, conoscono e applicano in modo consapevole le regole per una comunicazione efficace con colleghi, superiori e clienti.

12 | 49

### **2.4 Capacità di gestire i conflitti**

Nel lavoro quotidiano della comunicazione visuale, in cui sono frequenti i contatti con persone di mentalità e opinioni diverse, insorgono spesso situazioni di conflitto. I grafici ne sono consapevoli e reagiscono con calma e ponderazione. Partecipano alla discussione, accettano altri punti di vista, discutono in maniera obiettiva e cercano soluzioni costruttive.

### **2.5 Capacità di lavorare in gruppo**

I compiti nell'ambito professionale e privato possono essere risolti da soli o in gruppo. Occorre esaminare caso per caso prima di decidere se la soluzione di un determinato problema debba essere affidata a una persona sola o a un gruppo. I grafici sono in grado di lavorare in gruppo, conoscono le regole della collaborazione e hanno già esperienze in tal senso.

### **2.6 Forme comportamentali**

I grafici curano, nel contesto professionale, contatti con persone che hanno precise aspettative in merito al loro comportamento e stile. I grafici sono capaci di adattare il loro linguaggio e il loro comportamento a ogni genere di situazione e alle esigenze dell'interlocutore, sono puntuali, ordinati e affidabili.

## **2.7 Capacità di lavorare sotto pressione**

Soddisfare le diverse esigenze della comunicazione visuale implica un grande dispendio di energie fisico e mentale. I grafici sono in grado di sopportare la fatica assolvendo con calma e ponderazione i compiti loro assegnati. In situazioni critiche sanno sempre mantenere una visione d'insieme.

### 3 Competenza professionale

#### 3.1 Acquisizione

##### **Obiettivo fondamentale**

Il mercato è sottoposto a continui mutamenti tecnici, strutturali e di tendenza. I grafici sono fortemente esposti a questi movimenti. Per questo motivo devono essere in grado di posizionare e presentare i loro servizi in maniera chiara. A questo proposito osservano non solo il mercato ma anche le tendenze del design grafico. È importante per i grafici aprirsi nei campi d'attività nei quali sono fortemente concorrenziali e professionali. I grafici sono scelti dai potenziali clienti in base ai lavori precedentemente svolti: da qui l'importanza di un portfolio realizzato in maniera professionale e una buona rete di conoscenze.

Per adempiere a queste necessità, i grafici imparano, nell'ambito della loro formazione, a osservare il mercato, riconoscere le tendenze del design grafico, a realizzare un portfolio professionale e a gestire una rete di contatti.

Competenza metodologica: 1.4 strategie di informazione e di comunicazione, 1.5 strategie di apprendimento, 1.6 tecniche creative, 1.7 tecniche di presentazione.

Competenza sociale e personale: 2.1 senso di autonomia e responsabilità, 2.2 apprendimento permanente, 2.3 capacità di comunicare, 2.6 forme comportamentali.

##### **Obiettivo operativo**

3.1.1 I grafici osservano l'andamento del mercato e le tendenze del design grafico.

##### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.1.1.1	... commentare, con parole proprie, i metodi per un'osservazione sistematica del mercato.	1			C2
3.1.1.2	... esporre, con parole proprie e chiaramente, le loro osservazioni di mercato.	1			C2
3.1.1.3	... esporre chiaramente, in relazione a un progetto, le proprie osservazioni di mercato plausibili e rilevanti.			1	C3
3.1.1.4	... descrivere in maniera comprensibile e sulla base delle loro osservazioni, i movimenti importanti del mercato.	1			C2
3.1.1.5	... descrivere in maniera comprensibile e sulle base delle loro osservazioni, i più importanti movimenti del mercato e le relative conseguenze per un progetto.			1	C3
3.1.1.6	... spiegare in maniera convincente le attuali tendenze nel campo del design grafico.	1			C2
3.1.1.7	... spiegare in maniera appropriata le loro reazioni alle attuali tendenze del mercato nel campo del design grafico.			1	C3

**Obiettivo operativo**

3.1.2 I grafici sono consapevoli di quali ambiti d'azione il mercato offra loro.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.1.2.1	... descrivere, con parole proprie, gli ambiti d'azione più importanti della loro professione.	1			C2
3.1.2.2	... descrivere le competenze professionali necessarie ad ogni singolo campo d'attività della loro professione.	1			C2
3.1.2.3	... descrivere quali campi della loro professione meglio corrispondano alle loro capacità.	3			C4

**Obiettivo operativo**

3.1.3 I grafici sanno quanto sia importante presentare il proprio lavoro con un portfolio aggiornato.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.1.3.1	... riportare in maniera chiara, con parole proprie, le varie opzioni mediatiche utili a presentare il proprio lavoro.	3			C2
3.1.3.2	... costituire un portfolio personale del proprio lavoro.	3			C3
3.1.3.3	... realizzare un portfolio professionale per un laboratorio, il reparto grafico di un'agenzia di comunicazione/pubblicità o per i clienti di quest'ultima.			3	C3
3.1.3.4	... utilizzare i media adeguati per la presentazione dei propri lavori.	3			C3
3.1.3.5	... utilizzare i media adeguati per la presentazione di progetti.			3	C3

15 | 49

**Obiettivo operativo**

3.1.4 I grafici sono consapevoli dell'importanza di avere una rete di contatti.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.1.4.1	... spiegare, con parole proprie, l'importanza di avere una rete di contatti e l'importanza che questa riveste per l'attività di marketing.			3	C2
3.1.4.2	... spiegare, proponendo degli esempi, come sia possibile realizzare e gestire una rete di contatti.			3	C2
3.1.4.3	... descrivere, proponendo degli esempi, come debbano essere curati i contatti professionali.			3	C2

## 3.2 **Analisi**

### **Obiettivo fondamentale**

Punto di partenza del lavoro dei grafici è il briefing con i committenti. Quest'attività permette di stabilire le dimensioni, i mezzi e gli obiettivi del mandato di progettazione. I grafici analizzano quanto emerso dal briefing, lo ottimizzano e operano di conseguenza.

I grafici effettuano ricerche nell'ambito del mandato. Esplorano i campi centrali e periferici, cercano nuove possibilità e osservano le tendenze. Analizzano i risultati della ricerca, traggono conclusioni dalla propria analisi e con queste stabiliscono il percorso da seguire per adempiere al mandato ricevuto.

I grafici riportano le ricerche effettuate, le analisi svolte e le conclusioni ricavate in una documentazione chiara e strutturata.

Affinché i grafici possano svolgere un'analisi ottimale del briefing relativo al progetto grafico, apprendono l'utilizzo degli strumenti e dei metodi necessari nell'ambito della formazione.

Competenza metodologica: 1.1 tecniche di lavoro e risoluzione dei problemi, 1.2 approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico, 1.4 strategie d'informazione e di comunicazione.

Competenza sociale e personale: 2.1 autonomia e senso di responsabilità, 2.2 apprendimento continuo, 2.3 capacità di comunicare, 2.5 capacità di lavorare in gruppo, 2.6 forme comportamentali.

16 | 49

### **Obiettivo operativo**

3.2.1 I grafici analizzano il briefing in funzione delle richieste del cliente.

### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.2.1.1	... descrivere in maniera corretta e professionale le fasi del briefing.	2			<b>C2</b>
3.2.1.2	... esporre chiaramente tutti gli obiettivi di un briefing.	2			<b>C4</b>
3.2.1.3	... dedurre le disposizioni per la creazione del mandato da quanto concordato durante l'apposito briefing.			2	<b>C4</b>
3.2.1.4	... ottimizzare un briefing.	2			<b>C4</b>
3.2.1.5	... ottimizzare un briefing sulla base dei risultati di una propria analisi di mercato così come delle tendenze del mercato rilevanti.			2	<b>C5</b>

### **Obiettivo operativo**

3.2.2 I grafici danno molta importanza all'attività di ricerca negli ambiti centrali e periferici dei mandati di progettazione così come all'indagine sulle tendenze generali.



**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.2.2.1	... esporre, con parole proprie, il senso e gli obiettivi della ricerca.	2			C2
3.2.2.2	... descrivere, motivandolo, il campo di ricerca centrale.	2			C2
3.2.2.3	... descrivere la rilevanza dei campi periferici di una ricerca.	2			C2
3.2.2.4	... descrivere il funzionamento ottimale dell'affiatamento con i mandanti in durante una ricerca.			2	C2
3.2.2.5	... indicare quali siano le tendenze generali in relazione al proprio progetto.	2			C2
3.2.2.6	... descrivere, in relazione al proprio progetto, la reazione dei concorrenti del proprio mandante alle tendenze generali.			2	C2
3.2.2.7	... elencare i mezzi e i metodi più importanti per la raccolta di informazioni.	2			C1
3.2.2.8	... impiegare in maniera efficace i più importanti metodi e strumenti per la raccolta d'informazioni.	2			C3
3.2.2.9	... raccogliere informazioni che siano funzionali alla realizzazione del mandato.			2	C3

**Obiettivo operativo**

3.2.3 I grafici analizzano la propria ricerca in funzione degli obiettivi del mandato e ne traggono conclusioni.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.2.3.1	... descrivere, con parole proprie, i metodi per realizzare un'analisi sistematica.	2			C2
3.2.3.2	... analizzare i risultati della ricerca in maniera sistematica.	2			C4
3.2.3.3	... analizzare in maniera sistematica i risultati della loro ricerca in funzione delle strategie aziendali del proprio mandante.			2	C5
3.2.3.4	... dedurre, dalla propria analisi, conclusioni utili al raggiungimento degli obiettivi del mandato.	2			C3
3.2.3.5	... dedurre, dalla propria analisi, conclusioni utili al raggiungimento degli obiettivi del mandato e delle strategie aziendali.			2	C5
3.2.3.6	... dedurre dalle proprie conclusioni comportamenti e misure idonei al raggiungimento degli obiettivi del mandato di progettazione.			2	C3

17 | 49

**Obiettivo operativo**

3.2.4 I grafici riassumono in un documento i risultati ottenuti dalla loro ricerca.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.2.4.1	... enumerare le parti più importanti della documentazione.	2			C1
3.2.4.2	... utilizzare, per il proprio progetto, i media più adeguati per la documentazione.	2			C3
3.2.4.3	... utilizzare per il proprio progetto, per i propri mandanti e per il loro ambiente i media più adeguati per la documentazione.			2	C3

3.2.4.4	... realizzare una documentazione chiaramente strutturata.	2			<b>C3</b>
3.2.4.5	... realizzare una documentazione chiara, strutturata e su misura per il proprio mandante.			2	<b>C3</b>

### 3.3 Pianificazione

#### Obiettivo fondamentale

I grafici coordinano in maniera dettagliata tutti i passi necessari alla realizzazione di mandati individuali e di progetti globali, mettono in relazione tra loro le persone interessate e sfruttano in maniera mirata le risorse. Sviluppano una strategia, definiscono un calendario e, in collaborazione con professionisti del marketing, della comunicazione di mercato e delle pubbliche relazioni, sviluppano le misure necessarie al raggiungimento degli obiettivi comunicativi. I grafici tengono in considerazione sia il budget concesso sia gli aspetti ecologici. Presentano la pianificazione ai committenti.

A questo scopo i grafici apprendono, nel corso della loro formazione, a utilizzare la pianificazione di un progetto come importante strumento di lavoro.

Competenza metodologica: 1.2 approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico, 1.8 modo di pensare e di operare ecologico.

Competenza sociale e personale: 2.1 autonomia e senso di responsabilità, 2.3 capacità di comunicare, 2.5 capacità di lavorare in gruppo, 2.6 forme comportamentali.

#### Obiettivo operativo

- 3.3.1 I grafici pianificano dettagliatamente lo svolgimento del progetto, prestando particolare attenzione al rispetto del budget ricevuto e all'aspetto ecologico.

19 | 49

#### Obiettivi di valutazione

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.3.1.1	... spiegare, con parole proprie, gli obiettivi e i metodi della pianificazione strategica del progetto.	2			C2
3.3.1.2	... impostare un calendario dettagliato per tutti i passi del progetto.	2			C3
3.3.1.3	... gestire passo passo il calendario dettagliato del progetto.			2	C4
3.3.1.4	... pianificare in maniera mirata i mezzi di comunicazione.	2			C3
3.3.1.5	... catalogare i mezzi di comunicazione in base agli obiettivi comunicativi e individuare obiettivi aziendali strategici.			2	C5
3.3.1.6	... pianificare rispettando i termini di budget ricevuti.			2	C3
3.3.1.7	... tener conto degli aspetti ecologici nella pianificazione.			2	C3

#### Obiettivo operativo

- 3.3.2 I grafici si adoperano al fine di mettere in relazione tra loro in modo ottimale tutte le persone interessate al progetto.

#### Obiettivi di valutazione

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.3.2.1	... individuare le principali interfacce importanti all'interno dello svolgimento di un progetto			2	C2

3.3.2.2	... descrivere, con parole proprie, il modo in cui le persone che collaborano alla realizzazione del progetto sono inserite nel calendario.			2	C2
3.3.2.3	... indicare come garantiscono la coordinazione del progetto.			2	C2

### **Obiettivo operativo**

- 3.3.3 I grafici presentano il progetto in maniera chiara e comprensibile ai committenti e alle persone che collaborano. Nella pianificazione, tengono inoltre conto delle osservazioni da loro ricevute.

### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	Ci	AT	TAS
3.3.3.1	... descrivere il progetto elaborato in maniera chiara e convincente.	2			C3
3.3.3.2	... presentare con parole proprie e in maniera comprensibile il progetto elaborato.	2			C2
3.3.3.3	... spiegare nei dettagli, in maniera convincente ai committenti e ulteriori persone coinvolte, il progetto elaborato.			2	C3
3.3.3.4	... motivare le scelte dei mezzi di comunicazione in relazione alle necessità progettuali.	2			C2
3.3.3.5	... presentare in maniera convincente la scelta dei mezzi di comunicazione ai committenti.			2	C3
3.3.3.6	... tener conto delle osservazioni sollevate dai committenti in relazione al piano di lavoro			2	C3

### 3.4 Idea

#### **Obiettivo fondamentale**

I grafici sviluppano una molteplicità di idee per soddisfare una richiesta creativa. Lo sviluppo artistico completo e approfondito di idee innovative è l'aspetto principale di questa fase. Queste vengono poi esaminate in funzione della loro qualità creativa e comunicativa e le idee meglio rispondenti agli obiettivi vengono scelte e presentate al committente. Questo processo dovrà tener conto dello sviluppo delle condizioni socio-culturali.

Per questa fase di lavoro sono decisive le condizioni la creatività, il piacere nel combinare tra loro i vari mezzi di creazione visuale, l'immaginazione così come una buona capacità di giudizio.

Al fine di ricercare nel migliore dei modi le idee necessarie a soddisfare il mandato creativo loro affidato, i grafici, nell'ambito della loro formazione, fanno propri i mezzi e gli strumenti necessari utili allo scopo.

Competenza metodologica: 1.1 tecniche di lavoro e risoluzione di problemi, 1.2 approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico, 1.6 tecniche creative, 1.7 tecniche di presentazione.

Competenza sociale e personale: 2.3 capacità di comunicare, 2.4 capacità di gestire i conflitti, 2.6 forme comportamentali, 2.7 capacità di lavorare sotto pressione.

21 | 49

#### **Obiettivo operativo**

- 3.4.1 I grafici sviluppano, in maniera sistematica e mirata, idee innovative per raggiungere gli obiettivi indicati, applicando metodi specifici che favoriscano la ricerca di idee.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.4.1.1	... indicare, con parole proprie, almeno tre metodi comuni per la ricerca delle idee.		III		C2
3.4.1.2	... descrivere, con parole proprie, lo scopo di sistematizzare la ricerca delle idee.		III		C2
3.4.1.3	... descrivere, in maniera esaustiva e con l'aiuto di un esempio, la scelta del metodo di ricerca dell'idea.		III		C3
3.4.1.4	... utilizzare in maniera mirata almeno tre metodi per la ricerca delle idee per progetti d'esercitazione mirati.	3			C3
3.4.1.5	... utilizzare almeno tre metodi di ricerca delle idee per i mandati.			3	C3
3.4.1.6	... descrivere chiaramente, sulla base di un'idea propria, la sistematica di ricerca delle idee.		III		C3
3.4.1.7	... sviluppare idee innovative utilizzando mezzi creativi.		III		C3
3.4.1.8	... sviluppare per un progetto d'esercitazione su determinati contenuti idee innovative utilizzando i mezzi creativi idonei.	3			C5
3.4.1.9	... sviluppare idee innovative per un mandato creativo su determinati contenuti utilizzando i mezzi creativi idonei a soddisfare i contenuti indicati per un mandato creativo.			3	C5

**Obiettivo operativo**

- 3.4.2 I grafici selezionano le idee in base alla loro funzionalità per un progetto creativo e le espongono in maniera chiara.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.4.2.1	... spiegare, con parole proprie, i criteri di giudizio delle proprie idee.		III		<b>C2</b>
3.4.2.2	... realizzare un catalogo di criteri per giudicare le proprie idee.		III		<b>C6</b>
3.4.2.3	... realizzare un catalogo di criteri per giudicare le proprie idee in occasione di un progetto d'esercitazione.	3			<b>C6</b>
3.4.2.4	... realizzare un catalogo di criteri per giudicare le proprie idee in occasione di un mandato creativo.			3	<b>C6</b>
3.4.2.5	... giudicare, sulla base dei criteri di giudizio creati, la qualità artistica e innovativa delle proprie idee.		III		<b>C4</b>
3.4.2.6	... giudicare, sulla base di criteri di giudizio creati, la qualità artistica e innovativa delle proprie idee per un progetto d'esercitazione.	3			<b>C4</b>
3.4.2.7	... giudicare, sulla base di criteri di giudizio creati, la qualità artistica e innovativa delle proprie idee per un progetto creativo.			3	<b>C4</b>
3.4.2.8	... valutare, sulla base dei criteri di valutazione formulati, la qualità comunicativa delle idee.		III		<b>C4</b>
3.4.2.9	... valutare, sulla base dei criteri di valutazione formulati, la qualità comunicativa delle idee per un progetto d'esercitazione.	3			<b>C4</b>
3.4.2.10	... stimare, sulla base dei criteri di valutazione formulati, la qualità comunicativa delle idee per un mandato creativo.			3	<b>C4</b>
3.4.2.11	... scegliere, sulla base dei criteri di valutazione formulati, l'idea idonea.		III		<b>C4</b>
3.4.2.12	... scegliere, sulla base dei criteri di valutazione formulati, l'idea idonea per il progetto d'esercitazione.	3			<b>C4</b>
3.4.2.13	... scegliere, sulla base dei criteri di valutazione formulati, l'idea idonea per mandati creativi.			3	<b>C4</b>
3.4.2.14	... rappresentare, in maniera comprensibile, l'idea scelta attraverso schizzi idonei a concretizzare una soluzione per il compito creativo ricevuto.		III		<b>C5</b>
3.4.2.15	... concretizzare l'idea selezionata sotto forma di schizzi comprensibili in modo che possano essere utili per il progetto d'esercitazione.	3			<b>C5</b>
3.4.2.16	... concretizzare l'idea selezionata sotto forma di schizzi comprensibili in modo che possano essere utili per il mandato creativo.			3	<b>C5</b>
3.4.2.17	... illustrare in maniera chiara il potenziale di un'idea scelta.		III		<b>C3</b>
3.4.2.18	... illustrare in maniera chiara il potenziale di un'idea scelta per un progetto d'esercitazione.	3			<b>C3</b>
3.4.2.19	... illustrare in maniera chiara ai committenti il potenziale di un'idea scelta per il mandato creativo.			3	<b>C3</b>

**Obiettivo operativo**

3.4.3 I grafici sono consapevoli delle relazioni socio-culturali.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.4.3.1	... citare le principali tappe della storia e della cultura dell'arte dal diciannovesimo secolo utilizzando la terminologia appropriata.	1			C1
3.4.3.2	... citare le principali tappe della storia del design dal diciannovesimo secolo utilizzando la terminologia appropriata.	1			C1
3.4.3.3	... descrivere, con la terminologia appropriata, lo sviluppo della scrittura.	1			C2
3.4.3.4	... descrivere l'evoluzione della tipografia proponendo degli esempi.	1			C2
3.4.3.5	... descrivere lo sviluppo della comunicazione visuale proponendo degli esempi.	1			C2
3.4.3.6	... esporre, con parole proprie, le tendenze attuali della cultura e della società.	3			C2
3.4.3.7	... esporre con parole proprie, rapportandole ai propri progetti, la rilevanza dei trend e delle tendenze nella cultura e nella società.			3	C5
3.4.3.8	... inserire il loro lavoro nel contesto socio-culturale.	3			C5
3.4.3.9	... inserire i loro progetti nel contesto socio-culturale considerando le disposizioni e gli obiettivi del mandato.			3	C5

### 3.5 Concezione

#### **Obiettivo fondamentale**

I grafici sviluppano un progetto creativo per progetti elaborati. Questi progetti definiscono i mezzi e gli elementi della creazione e descrivono la sistematica e le regole di utilizzo. L'obiettivo è creare una lingua visuale idonea alla trasmissione ottimale del contenuto. La concezione tiene conto delle conclusioni tratte da una precedente analisi così come delle strategie emerse durante il briefing e delle condizioni quadro comunicative ed economiche del mandato. I grafici sottopongono il progetto creativo ai committenti.

Un approccio sistematico e analitico, così come una procedura di lavoro strutturata, sono decisivi per questa fase di lavoro.

Al fine di sviluppare con successo un progetto creativo, nel corso della formazione viene posto l'accento sulla trasmissione dei metodi e degli strumenti necessari a tale scopo.

Competenza metodologica: 1.1 tecniche di lavoro e risoluzione di problemi, 1.2 approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico, 1.4 strategie d'informazione e di comunicazione, 1.5 strategie di apprendimento, 1.6 tecniche creative, 1.8 modo di pensare e di operare ecologico.

Competenza sociale e personale: 2.1 autonomia e senso di responsabilità, 2.3 capacità di comunicare, 2.5 capacità di lavorare in gruppo, 2.6 forme comportamentali, 2.7 capacità di lavorare sotto pressione.

24 | 49

#### **Obiettivo operativo**

- 3.5.1 I grafici, in un progetto creativo globale, sviluppano un progetto creativo sistematico basandosi sul briefing, sull'analisi, così come sugli obiettivi comunicativi, sulle condizioni quadro economiche e sulla sostenibilità ecologica.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.5.1.1	... descrivere, con parole proprie, le funzioni più importanti del marketing, della comunicazione di mercato e delle pubbliche relazioni.	1			C2
3.5.1.2	... descrivere, servendosi di esempi, la maniera corretta per lo sviluppo del progetto creativo.		III		C2
3.5.1.3	... sviluppare un progetto creativo sulla base di briefing e analisi.		III		C5
3.5.1.4	... sviluppare un progetto creativo sulla base di briefing e analisi per un progetto d'esercitazione.	3			C5
3.5.1.5	... sviluppare un progetto creativo sulla base del briefing con i committenti e della propria analisi.			3	C5
3.5.1.6	... spiegare a un profano, in maniera chiara, come considerare gli obiettivi comunicazionali all'interno del progetto creativo.		III		C3
3.5.1.7	... spiegare, in maniera chiara, come considerare gli obiettivi comunicativi all'interno del progetto creativo per un progetto d'esercitazione.	3			C3



3.5.1.8	... spiegare in maniera esauriente ai committenti, come considerare gli obiettivi comunicazionali all'interno del progetto creativo.			3	C3
3.5.1.9	... spiegare a un profano, in maniera chiara, come considerare le condizioni quadro economiche all'interno del progetto creativo.		III		C3
3.5.1.10	... spiegare, in maniera chiara, come considerare le condizioni quadro economiche all'interno del progetto creativo per un progetto d'esercitazione.	3			C3
3.5.1.11	... spiegare ai committenti, in maniera chiara, come considerare le condizioni quadro economiche all'interno del progetto creativo.			3	C3
3.5.1.12	... verificare l'impatto ambientale e climatico della concezione, nello specifico l'uso di materiali e media non nocivi per l'ambiente prodotti con tecniche ecosostenibili.		III		C4
3.5.1.13	... verificare l'impatto ambientale e climatico del progetto creativo per il progetto d'esercitazione, nello specifico l'uso di materiali e media non nocivi per l'ambiente prodotti con tecniche ecosostenibili.	3			C4
3.5.1.14	... verificare l'impatto ambientale e climatico del progetto creativo, nello specifico, l'uso di materiali e media non nocivi per l'ambiente prodotti con tecniche ecosostenibili.			3	C4

### **Obiettivo operativo**

- 3.5.2 I grafici descrivono nella concezione, in maniera chiara e con mezzi idonei, gli elementi artistici rilevanti per il progetto.

25 | 49

### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.5.2.1	... spiegare, con parole proprie, le forme mediatiche di presentazione di un progetto creativo.		III		C2
3.5.2.2	... formulare correttamente per iscritto, utilizzando la terminologia professionale, il progetto creativo sviluppato autonomamente.		III		C3
3.5.2.3	... formulare correttamente per iscritto, utilizzando la terminologia professionale, il progetto creativo sviluppato autonomamente per un progetto d'esercitazione.	3			C3
3.5.2.4	... formulare correttamente per iscritto, utilizzando la terminologia professionale, il progetto sviluppato autonomamente per i mandati.			3	C3
3.5.2.5	... descrivere chiaramente, con l'utilizzo dei mezzi appropriati, la sistematica, gli elementi e le regole di utilizzo del progetto creativo.		III		C4
3.5.2.6	... descrivere chiaramente, con l'utilizzo dei mezzi appropriati, la sistematica, gli elementi e le regole di utilizzo di un progetto creativo per un progetto d'esercitazione.	3			C4
3.5.2.7	... descrivere chiaramente per i committenti, con l'utilizzo dei mezzi appropriati, la sistematica, gli elementi e le regole di utilizzo di un progetto creativo.			3	C4

### 3.6 Bozza

#### **Obiettivo fondamentale**

I grafici progettano messaggi visuali creativi, innovativi e indipendenti. Per questo utilizzano schizzi e/o idee. Per la progettazione i grafici devono tener conto delle regole della creazione artistica. Utilizzano i mezzi creativi per raggiungere in maniera ottimale gli obiettivi comunicativi. Le direttive impartite permettono loro di eseguire un mandato parziale. Grazie a soluzioni creative innovative, i grafici superano le frontiere usuali e gli standard consolidati.

A questo scopo, durante la formazione, i grafici apprendono i fondamenti creativi. Vengono spronati a cercare soluzioni innovative e imparano a mettere in relazione tra loro i vari aspetti.

Competenza metodologica: 1.1 tecniche di lavoro e risoluzione di problemi, 1.2 approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico, 1.4 strategie di informazione e di comunicazione, 1.5 strategie di apprendimento, 1.6 tecniche creative .

Competenza sociale e personale: 2.2 apprendimento permanente, 2.3 capacità di comunicare, 2.4 capacità di gestire i conflitti, 2.5 capacità di lavorare in gruppo, 2.7 capacità di lavorare sotto pressione.

#### **Obiettivo operativo**

3.6.1 Nella fase di progettazione i grafici tengono conto della teoria dei colori.

26 | 49

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.1.1	... descrivere in maniera dettagliata l'importanza di un dato colore.	1			C3
3.6.1.2	... indicare, con parole proprie, le regole inerenti alla teoria dei colori.	1			C2
3.6.1.3	... utilizzare le regole della teoria dei colori nello sviluppo della bozza.	1			C3
3.6.1.4	... sviluppare un proprio concetto di colore sulla base della teoria dei colori in relazione alle specifiche del mandato.			1	C5

#### **Obiettivo operativo**

3.6.2 I grafici applicano la teoria delle forme nello sviluppo della bozza.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.2.1	... descrivere dettagliatamente il significato di una data forma.	1			C3
3.6.2.2	... spiegare, con parole proprie, le regole inerenti alla teoria delle forme.	1			C2
3.6.2.3	... considerare le regole della teoria delle forme nello sviluppo della bozza.	1			C3
3.6.2.4	... utilizzare per lo sviluppo della bozza la teoria delle forme adattandola alle specifiche e agli obiettivi progettuali.			1	C5

**Obiettivo operativo**

3.6.3 I grafici applicano la capacità di rappresentazione spaziale nello sviluppo della bozza.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.3.1	... indicare, in maniera chiara, i differenti tipi prospettiva.	3			C2
3.6.3.2	... esporre, in maniera chiara, le differenti forme di assonometria.	3			C2
3.6.3.3	... utilizzare due regole fondamentalmente differenti per la rappresentazione dello spazio secondo le regole vigenti.	3			C3
3.6.3.4	... utilizzare per i loro progetti differenti tipi rappresentazione dello spazio secondo le regole vigenti.			3	C3

**Obiettivo operativo**

3.6.4 I grafici utilizzano la drammaturgia come mezzo creativo nello sviluppo della bozza.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.4.1	... descrivere in maniera professionale l'applicazione della drammaturgia alla visualizzazione.	3			C2
3.6.4.2	... indicare, servendosi di esempi, come si esprime la drammaturgia nella creazione trasversale a diversi media.	3			C2
3.6.4.3	... utilizzare in maniera mirata i mezzi della drammaturgia per adempiere ad un compito assegnato.	3			C3
3.6.4.4	... utilizzare i mezzi della drammaturgia per i progetti più disparati in maniera mirata e rispettando le specifiche progettuali.			3	C3

27 | 49

**Obiettivo operativo**

3.6.5 I grafici utilizzano le tecniche di costruzione delle scritte nello sviluppo della bozza.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.5.1	... spiegare, in maniera comprensibile e mediante schizzi, le regole generali di costruzione di una scritta.	1			C2
3.6.5.2	... sviluppare in maniera analoga propri caratteri e cifre secondo regole indicate.	1			C3
3.6.5.3	... progettare caratteri, cifre e marchi nominativi che soddisfino in egual misura gli obiettivi creativi e di comunicazione.			1	C5

**Obiettivo operativo**

3.6.6 I grafici utilizzano, nello sviluppo di segni e sistemi di segni, le regole formali e di contenuto.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.6.1	... descrivere, in maniera comprensibile, il concetto di semiotica e i suoi tre ambiti (segni in quanto tali, la loro organizzazione in sistema, il loro contesto).	1			C2
3.6.6.2	... sviluppare nuovi sistemi di segni visuali tenendo conto della teoria delle forme così come del significato tradizionale dei segni.	1			C5
3.6.6.3	... sviluppare nuovi sistemi di segni visuali adeguati per apposite funzioni ed ambiti operativi.			1	C5

**Obiettivo operativo**

3.6.7 I grafici, nello sviluppo della bozza ricercano immagini innovative.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.7.1	... esporre, con parole proprie, i principi tecnici della fotografia.	2			C2
3.6.7.2	... descrivere, in maniera comprensibile, i mezzi creativi della fotografia.	2			C2
3.6.7.3	... realizzare un progetto fotografico innovativo, utilizzando i fondamenti della fotografia e gli strumenti tecnici in maniera mirata, per la bozza di un progetto creativo.	2			C5
3.6.7.4	... realizzare la bozza di un progetto creativo utilizzando i fondamenti della fotografia e gli strumenti tecnici in maniera mirata, per un progetto fotografico innovativo su un dato tema.			2	C5
3.6.7.5	... descrivere, con parole proprie, le differenti tecniche di pittura e disegno.	2			C2
3.6.7.6	... realizzare un'illustrazione idonea per gli appositi obiettivi comunicativi.	2			C3
3.6.7.7	... realizzare per gli appositi obiettivi comunicativi un'illustrazione idonea quale briefing per la realizzazione.				C3
3.6.7.8	... progettare un'illustrazione innovativa per un tema assegnato.	2			C5
3.6.7.9	... sviluppare quale bozza di un'illustrazione innovativa e un comprensibile briefing per la successiva realizzazione.			2	C5

28 | 49

**Obiettivo operativo**

3.6.8 Nello sviluppo della bozza, i grafici sono consapevoli delle condizioni quadro dei singoli media.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.8.1	... descrivere correttamente dal punto di vista professionale le principali condizioni quadro per la bozza dei media stampati.	2			C2
3.6.8.2	... progettare media stampati in maniera professionale considerando le condizioni quadro.	2			C5

3.6.8.3	... progettare media stampati in maniera professionale considerando le condizioni quadro e le indicazioni del cliente.			2	C5
3.6.8.4	... descrivere, in maniera professionale, le principali condizioni quadro per la bozza dei media elettronici.	2			C2
3.6.8.5	... elaborare, in maniera professionale, progetti per i media elettronici consapevoli delle condizioni quadro.	2			C5
3.6.8.6	... elaborare, in maniera professionale, progetti per i media elettronici consapevoli delle condizioni quadro e delle indicazioni del cliente.			2	C5

**Obiettivo operativo**

- 3.6.9 I grafici s'impegnano a rispettare la coerenza di un progetto e la sua aderenza alle linee guida imposte.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...

		SP	CI	AT	TAS
3.6.9.1	... descrivere, con parole proprie, gli scopi e la sistematica di una corporate identity.	3			C2
3.6.9.2	... spiegare, in maniera comprensibile, i fondamenti del branding.	3			C2
3.6.9.3	... descrivere, in maniera professionale, gli effetti prodotti da direttive superiori su un mandato ricevuto.			3	C4
3.6.9.4	... sviluppare in maniera coerente parti aggiuntive ad un progetto creativo.			3	C5
3.6.9.5	... sviluppare, a livello contenutistico e creativo, progetti complessi trasversali a più media.	3			C5
3.6.9.6	... sviluppare, considerando disposizioni comunicative e creative, progetti complessi trasversali a più media.			3	C5

29 | 49

**Obiettivo operativo**

- 3.6.10 I grafici sono in grado di interpretare correttamente schizzi e idee.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...

		SP	CI	AT	TAS
3.6.10.1	... analizzare un'idea e spiegarla in maniera comprensibile a un profano.	3			C4
3.6.10.2	... analizzare un'idea ed esporla in maniera comprensibile al committente.			3	C4
3.6.10.3	... analizzare un'idea proposta sotto forma di schizzo spiegando ad un profano, in maniera esaustiva, le potenzialità più importanti.	3			C4
3.6.10.4	... analizzare un'idea proposta sotto forma di schizzo e descriverne, in maniera comprensibile al committente, le conseguenze di una sua trasposizione visuale.			3	C4

**Obiettivo operativo**

3.6.11 La creazione di progetti innovativi è un compito centrale per i grafici.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.6.11.1	... sviluppare soluzioni innovative che superano gli standard tradizionali.	3			<b>C5</b>
3.6.11.2	... indicare ai committenti nuove prospettive comunicative utilizzando nuovi strumenti creativi.			3	<b>C5</b>
3.6.11.3	... utilizzare la loro creatività per raggiungere, all'interno di condizioni quadro, gli obiettivi comunicativi in maniera ottimale.	3			<b>C5</b>
3.6.11.4	... utilizzare la loro creatività per raggiungere gli obiettivi comunicativi dei propri committenti in maniera ottimale.			3	<b>C5</b>

### 3.7 Definizione dei dettagli

#### **Obiettivo fondamentale**

I grafici precisano il progetto con la definizione dei dettagli. A questo proposito tengono conto delle osservazioni sollevate dai committenti. La definizione dei dettagli è l'elemento di collegamento tra la bozza e la sua realizzazione. I grafici verificano i dettagli creativi e predispongono la bozza per la realizzazione. In questa fase lavorativa i grafici utilizzano le loro conoscenze professionali creative e la loro abilità manuale in maniera mirata.

A questo proposito i grafici apprendono, nel corso della loro formazione, a precisare i dettagli di una bozza.

Competenza metodologica: **1.1** tecniche di lavoro e risoluzione di problemi, **1.6** tecniche creative.

Competenza sociale e personale: **2.1** autonomia e senso di responsabilità, **2.2** apprendimento permanente.

#### **Obiettivo operativo**

3.7.1 I grafici tengono in considerazione le reazioni e le osservazioni dei committenti.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.7.1.1	... valutare le conseguenze delle reazioni alla bozza.			1	C4
3.7.1.2	... motivare le proprie reazioni alle osservazioni ricevute.			1	C3

31 | 49

#### **Obiettivo operativo**

3.7.2 I grafici precisano la propria bozza perché possa essere eseguita a regola d'arte.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.7.2.1	... variare in maniera sistematica i dettagli visuali di una bozza.			1	C2
3.7.2.2	... scegliere tra le variazioni di dettaglio la più confacente all'obiettivo.			1	C3
3.7.2.3	... motivare la propria scelta in maniera professionale.			1	C2

#### **Obiettivo operativo**

3.7.3 I grafici utilizzano le loro conoscenze creative per la definizione dei dettagli.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.7.3.1	... classificare correttamente i tipi di scrittura secondo le regole vigenti.	1			C1

3.7.3.2	... citare correttamente le regole tipografiche.	1			C1
3.7.3.3	... indicare correttamente i sistemi di colore.	1			C1
3.7.3.4	... citare correttamente le diverse categorie dei supporti di stampa e le loro proprietà.		II		C1
3.7.3.5	... indicare correttamente le particolarità creative dei media stampati.		II		C1
3.7.3.6	... indicare correttamente le particolarità dei media elettronici.		II		C1

### **Obiettivo operativo**

3.7.4 I grafici utilizzano le loro abilità manuali e creative nella definizione dei dettagli.

### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...

		SP	CI	AT	TAS
3.7.4.1	... utilizzare correttamente le regole tipografiche per un progetto d'esercitazione.	1			C3
3.7.4.2	... utilizzare in maniera professionale e mirata le regole tipografiche sui più disparati progetti.			1	C3
3.7.4.3	... utilizzare in maniera professionale i sistemi di colore più diffusi per un progetto d'esercitazione.	1			C3
3.7.4.4	... utilizzare i sistemi di colore più diffusi in maniera mirata e professionale per i progetti più disparati.			1	C3
3.7.4.5	... determinare in maniera mirata i materiali, come per esempio i materiali di stampa, per un progetto d'esercitazione.	4			C3
3.7.4.6	... determinare in maniera mirata i materiali, come per esempio i materiali di stampa, per progetti differenti.			2	C3
3.7.4.7	... ottimizzare i colori dal punto di vista creativo.			1	C3
3.7.4.8	... ottimizzare le immagini dal punto di vista creativo.			2	C3
3.7.4.9	... ottimizzare gli elementi creativi.			1	C3
3.7.4.10	... ottimizzare la scelta dei materiali per la realizzazione.			2	C3
3.7.4.11	... ottimizzare l'elaborazione dei dettagli per i media stampati.			2	C3
3.7.4.12	... ottimizzare l'elaborazione dei dettagli per i media elettronici.			2	C3



### 3.8 Presentazione

#### **Obiettivo fondamentale**

I grafici presentano ai committenti le proprie concezioni e proposte creative in maniera comprensibile e professionale. Utilizzano in maniera mirata i media e gli strumenti per la presentazione in maniera corretta dal punto di vista tecnico e convincente dal punto di vista creativo. Utilizzano in maniera idonea le loro competenze retoriche per rendere più convincente la presentazione del lavoro.

I grafici sono in grado di illustrare i contenuti della propria presentazione in modo adeguato dal punto di vista formale e contenutistico. Nel corso della formazione, apprendono le tecniche e i metodi necessari.

Competenza metodologica: 1.1 tecniche di lavoro e risoluzione di problemi, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico, 1.4 strategie d'informazione e di comunicazione, 1.6 tecniche creative, 1.7 tecniche di presentazione.

Competenza sociale e personale: 2.3 capacità di comunicare, 2.4 capacità di gestire i conflitti, 2.6 forme comportamentali.

#### **Obiettivo operativo**

- 3.8.1 I grafici si assicurano di effettuare una presentazione sistematica e adeguata al tema.

33 | 49

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.8.1.1	... spiegare lo svolgimento professionalmente corretto di una presentazione.	3			C2
3.8.1.2	... realizzare una presentazione sistematica e comprensibile in relazione al contenuto da trasmettere.	3			C3

#### **Obiettivo operativo**

- 3.8.2 I grafici utilizzano i mezzi e gli strumenti idonei per realizzare una presentazione tecnicamente corretta e convincente dal punto di vista grafico.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.8.2.1	... elencare i più importanti mezzi e media per una presentazione.	3			C1
3.8.2.2	... descrivere, con parole proprie, gli ambiti d'utilizzo dei mezzi e dei media di presentazione.	3			C2
3.8.2.3	... scegliere i mezzi e i media di presentazione adatti all'obiettivo comunicativo.			3	C3
3.8.2.4	... utilizzare i mezzi e i media di comunicazione in maniera corretta dal punto di vista tecnico.			3	C3
3.8.2.5	... utilizzare i mezzi e i media di presentazione in maniera convincente dal punto di vista grafico.			3	C3

**Obiettivo operativo**

3.8.3 I grafici ritengono importanti le competenze oratorie.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.8.3.1	... sviluppare uno svolgimento drammaturgico mirato per la loro presentazione.	3			<b>C3</b>
3.8.3.2	... presentare un tema con termini comuni.	3			<b>C4</b>
3.8.3.3	... argomentare una presentazione in modo corretto e professionale.	3			<b>C4</b>
3.8.3.4	... coinvolgere attivamente i committenti nella presentazione.			3	<b>C3</b>
3.8.3.5	... reagire in maniera professionale alle domande dei committenti.			3	<b>C4</b>

### 3.9 Realizzazione

#### **Obiettivo fondamentale**

I grafici realizzano progetti grafici. I risultati della definizione dei dettagli rendono possibile la produzione tecnica. I grafici si procurano tutte le informazioni necessarie. Ne curano la realizzazione da soli o delegano a specialisti. Dispongono delle conoscenze professionali e tecniche necessarie, utilizzano appropriatamente gli strumenti tecnici e coordinano i processi di produzione in modo tale che l'obiettivo indicato possa essere raggiunto in maniera ottimale. In special modo nel lavoro di realizzazione utilizzano in maniera mirata e professionale gli strumenti elettronici. Accompagnano e valutano il processo di produzione per sincerarsi della qualità dello stesso.

Nello svolgimento del loro lavoro osservano le regole dell'ergonomia. I grafici ritengono della massima importanza le disposizioni personali e generali in materia di sicurezza e tutela della salute.

Durante la formazione, i grafici acquisiscono la conoscenza, i metodi e gli strumenti necessari al corretto svolgimento dei progetti comunicativi loro affidati.

Competenza metodologica: 1.1 tecniche di lavoro e risoluzione di problemi, 1.2 approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico, 1.4 strategie d'informazione e di comunicazione, 1.8 modo di pensare e di operare ecologico.

Competenza sociale e personale: 2.1 autonomia e senso di responsabilità, 2.7 capacità di lavorare sotto pressione.

35 | 49

#### **Obiettivo operativo**

- 3.9.1 Per la realizzazione, i grafici sono consapevoli dell'importanza di disporre delle informazioni necessarie inerenti al processo di produzione.

#### **Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.1.1	... indicare, con la terminologia adeguata, le informazioni necessarie alla realizzazione del progetto grafico.		II		C1
3.9.1.2	... esporre in maniera chiara e dettagliata il significato, per la realizzazione di un delle necessarie informazioni.	3			C2
3.9.1.3	... procurarsi le informazioni rilevanti necessarie alla realizzazione del progetto grafico.		II		C3
3.9.1.4	... organizzarsi per la realizzazione di un progetto grafico reperendo informazioni dai committenti e da eventuali persone coinvolte.			2	C3
3.9.1.5	... verificare la completezza delle informazioni rilevanti necessarie alla realizzazione del progetto grafico.		II		C4
3.9.1.6	... verificare la completezza e la coerenza delle informazioni fornite dai committenti e da eventuali persone coinvolte per la realizzazione del progetto grafico.			2	C4

**Obiettivo operativo**

- 3.9.2 I grafici definiscono in maniera professionale tutte le tappe necessarie alla realizzazione di un progetto.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.2.1	... indicare in maniera corretta le fasi di realizzazione di un progetto grafico.		II		C1
3.9.2.2	... indicare in maniera competente lo svolgimento per la realizzazione di un progetto grafico.		II		C3
3.9.2.3	... spiegare, con parole proprie e in maniera esaustiva, lo svolgimento realizzativo di un progetto grafico.	3			C2
3.9.2.4	... indicare ai committenti e a eventuali persone coinvolte lo svolgimento per la realizzazione di un progetto grafico.			2	C3

**Obiettivo operativo**

- 3.9.3 I grafici sono consapevoli dell'importanza di apprendere i principi base del funzionamento di computer e periferiche.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.3.1	... descrivere, in maniera competente, i principi di funzionamento di un sistema operativo.		I		C2
3.9.3.2	... descrivere, in maniera competente, i principi di funzionamento di una rete di computer.		I		C2
3.9.3.3	... descrivere in maniera competente le proprietà delle periferiche.		I		C2
3.9.3.4	... elencare i comuni supporti per lo stoccaggio dei dati.		I		C1
3.9.3.5	... elencare il formato dei dati.		I		C1
3.9.3.6	... descrivere, in maniera corretta e professionale, il funzionamento e il campo di applicazione di apparecchi di lavoro elettronici come computer, periferiche, supporti per lo stoccaggio dei dati.	3			C2
3.9.3.7	... descrivere, in maniera corretta e professionale, i formati dato più diffusi.	3			C2

36 | 49

**Obiettivo operativo**

- 3.9.4 I grafici sanno utilizzare i programmi informatici più adatti alla realizzazione professionale dei progetti grafici.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.4.1	... elencare i programmi informatici più utilizzati.		I		C1
3.9.4.2	... citare i programmi informatici idonei alla realizzazione di un progetto grafico.		I		C1

3.9.4.3	... utilizzare in, maniera competente, i programmi professionali per la realizzazione di un progetto grafico.		I		C3
3.9.4.4	... realizzare un documento digitale in maniera professionale.		I		C3
3.9.4.5	... realizzare un documento digitale in maniera professionale seguendo le disposizioni tecniche impartite dal cliente e relative al progetto.			1	C4
3.9.4.6	... completare un documento digitale esistente in maniera professionale.			1	C3

**Obiettivo operativo**

- 3.9.5 I grafici sanno utilizzare in maniera professionale per la realizzazione di progetti grafici i formati d'immagine più diffusi (.tif, .eps, .jpg, etc.).

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.5.1	... elencare i formati d'immagine digitali.		I		C1
3.9.5.2	... elencare i formati d'immagine appropriati per la realizzazione di un progetto grafico.		I		C1
3.9.5.3	... utilizzare in maniera competente i formati d'immagine.		I		C3
3.9.5.4	... utilizzare in maniera competente i formati d'immagine utili alla realizzazione seguendo le disposizioni progettuali e impartite dal cliente.			1	C4
3.9.5.5	... descrivere, in maniera corretta e professionale, le proprietà formati immagine più diffusi.	3			C2

37 | 49

**Obiettivo operativo**

- 3.9.6 I grafici utilizzano in modo appropriato i mezzi ausiliari (scale di colori, miscelatore di colori, ecc.) per la realizzazione di un progetto grafico.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.6.1	... elencare gli ausili più diffusi per la realizzazione di un progetto grafico.		II		C1
3.9.6.2	... applicare correttamente gli ausili durante la fase di realizzazione.			2	C3
3.9.6.3	... descrivere, in maniera corretta e professionale, le proprietà e il campo d'applicazione degli ausili più diffusi	3			C2

**Obiettivo operativo**

- 3.9.7 I grafici ricorrono all'opera di specialisti per soluzioni realizzative particolari.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.7.1	... indicare a quali specialisti ricorrere per risolvere un particolare problema realizzativo.		II		C1

3.9.7.2	... motivare, in maniera professionale, il ricorso a specialisti.			2	C2
3.9.7.3	... scegliere, in base a criteri predeterminati, gli specialisti più adatti.			2	C4
3.9.7.4	... formulare correttamente un mandato per gli specialisti convocati.			2	C3

**Obiettivo operativo**

3.9.8 I grafici utilizzano in modo mirato le tecniche di produzione.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.8.1	... elencare correttamente le tecniche di produzione comuni.		II		C1
3.9.8.2	... descrivere le tecniche di produzione più diffuse indicandone i vantaggi e gli svantaggi.		II		C2
3.9.8.3	... descrivere, utilizzando le proprie conoscenze, le proprietà specifiche delle tecniche di produzione più diffuse e il loro campo d'impiego.	3			C2
3.9.8.4	... presentare motivandone le ragioni esempi di procedure adatte alla produzione.		II		C3
3.9.8.5	... proporre ai committenti, motivandone le ragioni e la scelta, il sistema di produzione adatto per lo sviluppo di un progetto grafico.			2	C3
3.9.8.6	... proporre ai committenti, motivandone le ragioni e la scelta, possibili sistemi di produzione alternativi.			2	C4

38 | 49

**Obiettivo operativo**

3.9.9 I grafici sono consapevoli degli aspetti qualitativi della produzione.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.9.1	... citare correttamente gli strumenti per la garanzia della qualità.		II		C1
3.9.9.2	... descrivere, in maniera corretta e professionale, l'utilizzo degli strumenti per il controllo qualità.	3			C2
3.9.9.3	... accompagnare il processo produttivo a garanzia della qualità.			2	C3
3.9.9.4	... indicare i criteri di valutazione della qualità previsti per i risultati dati dalla produzione.		II		C1
3.9.9.5	... valutare i risultati dati dalla produzione in modo professionale e secondo requisiti tecnici.			2	C4

**Obiettivo operativo**

3.9.10 I grafici sono consapevoli dell'importanza di tecniche di produzione ecocompatibili.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.10.1	... enumerare i riflessi ecologici più importanti della realizzazione di un pro-getto creativo.		II		C1
3.9.10.2	... descrivere in maniera chiara, utilizzando le proprie conoscenze, le specifiche proprietà ecocompatibili delle tecniche di produzione più diffuse.	3			C2
3.9.10.3	... proporre e motivare per la realizzazione i comuni processi di produzione ecocompatibili dell'industria della stampa.			2	C4

**Obiettivo operativo**

3.9.11 I grafici sono consapevoli dell'importanza degli aspetti rilevanti per la salute nel processo di lavoro.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.9.11.1	... enumerare in maniera corretta e professionale le proprietà e i pericoli dei prodotti tecnico-chimici utilizzati.		I		C1
3.9.11.2	... trattare con responsabilità i prodotti tecnico-chimici da loro utilizzati.			1	C3
3.9.11.3	... spiegare, con parole proprie, gli effetti della pressione psicologica sul posto di lavoro.		I		C2
3.9.11.4	... in caso di pressione psicologica, riconoscere al momento giusto i propri limiti sul posto di lavoro.			1	C3
3.9.11.5	... spiegare chiaramente, con parole proprie, le principali regole ergonomiche di un posto di lavoro.		I		C2
3.9.11.6	... ottimizzare il proprio posto di lavoro secondo le regole ergonomiche più comuni.			1	C3
3.9.11.7	... esporre, in maniera dettagliata, gli aspetti rilevanti per la salute all'interno di un processo di lavoro.	3			C2

### 3.10 Amministrazione del progetto

#### Obiettivo fondamentale

I grafici si fanno carico di tutti gli adempimenti amministrativi derivanti dallo sviluppo di un mandato creativo in maniera sistematica e trasparente per i clienti. Indicano, in un'offerta, tutti i servizi e i costi attinenti al progetto di tutte le persone coinvolte. Sono responsabili dell'ottimizzazione del budget previsto. Alla conclusione del progetto, i grafici rilevano le prestazioni e i costi di tutte le persone coinvolte. Valutano e confrontano i risultati ottenuti con le direttive ricevute dal cliente.

I documenti relativi al progetto vengono sistematicamente ordinati e i dati protetti e archiviati per garantirne l'accesso in ogni momento.

Nel corso della formazione, i grafici apprendono i metodi e gli strumenti necessari a gestire con successo gli aspetti amministrativi di un progetto.

Competenza metodologica: 1.1 tecniche di lavoro e risoluzione di problemi, 1.2 approccio reticolare, orientato ai processi, a livello teorico e operativo, 1.3 modo di pensare e di operare sistematico.

Competenza sociale e personale: 2.1 autonomia e senso di responsabilità, 2.2 apprendimento permanente, 2.3 capacità di comunicare, 2.4 capacità di gestire i conflitti, 2.5 capacità di lavorare in gruppo.

#### Obiettivo operativo

40 | 49

- 3.10.1 I grafici adempiono sistematicamente e in modo trasparente a tutti i compiti amministrativi relativi a un mandato.

#### Obiettivi di valutazione

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.10.1.1	... descrivere in maniera competente, usando la terminologia appropriata, i principali adempimenti amministrativi di un progetto grafico.	3			C1
3.10.1.2	... descrivere, con parole proprie, l'attività che ogni singolo adempimento amministrativo comporta.	3			C2

#### Obiettivo operativo

- 3.10.2 I grafici presentano, con l'ausilio di un sistema di comparazione, le prestazioni che saranno fornite da loro e quelle invece fornite da altre persone coinvolte nel progetto.

#### Obiettivi di valutazione

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.10.2.1	... descrivere le prestazioni da fornire per un mandato.	3			C1
3.10.2.2	... presentare, con una visione d'insieme comprensibile, tutte le prestazioni relative ad un mandato.	3			C3
3.10.2.3	... riassumere, con una visione d'insieme comprensibile, tutte le prestazioni relative ad un mandato fornite dalle altre persone coinvolte.	3			C3



**Obiettivo operativo**

- 3.10.3 I grafici indicano, con una visione d'insieme trasparente, le loro prestazioni e quelle delle altre persone coinvolte per lo sviluppo di un progetto grafico.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.10.3.1	... elencare le prestazioni da loro fornite per lo svolgimento di un mandato.			3	C1
3.10.3.2	... descrivere comprensibilmente, mediante una visione d'insieme, le prestazioni da loro fornite per la realizzazione di un mandato.			3	C3
3.10.3.3	... riassumere con una visione d'insieme le prestazioni fornite dalle altre persone coinvolte per la realizzazione di un mandato.			3	C3
3.10.3.4	... spiegare, in maniera comprensibile, i risultati ottenuti con le loro prestazioni delle altre persone coinvolte in relazione al budget precedentemente stabilito.			3	C4

**Obiettivo operativo**

- 3.10.4 I grafici archiviano in maniera sistematica e comprensibile i dati relativi ai mandati.

**Obiettivi di valutazione**

I grafici sono in grado di ...		SP	CI	AT	TAS
3.10.4.1	... elencare i vari sistemi di archiviazione.			3	C3
3.10.4.2	... descrivere, con parole proprie, l'obiettivo di un sistema di archiviazione.			3	C3
3.10.4.3	... archiviare, in maniera comprensibile, i dati relativi al mandato.			3	C3

## Piano di formazione parte B

### Griglia delle lezioni

	1° anno	2° anno	3° anno	4° anno	Totale
<b>1 Campi d'insegnamento</b>					
– Acquisizione					
– Analisi					
– Pianificazione					
– Presentazione					
– Realizzazione					
– Amministrazione del progetto					
	20	20	60	40	140
– Idea	120	80	140	140	480
– Concezione	20	–	40	40	100
– Bozza	140	260	120	100	620
– Definizione dei dettagli	60	–	–	40	100
<b>Totale ore conoscenza professionale</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>360</b>	<b>1440</b>
<b>2 Ginnastica e sport</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>80</b>	<b>320</b>
<b>3 Lezioni di cultura generale</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>120</b>	<b>480</b>
<b>Totale delle lezioni</b>	<b>560</b>	<b>560</b>	<b>560</b>	<b>560</b>	<b>2240</b>

42 | 49

Per ogni semestre viene data una nota trasversale complessiva per l'insegnamento professionale.

## Piano di formazione parte C

### Organizzazione, suddivisione e durata dei corsi interaziendali

#### 1 Scopo

I corsi interaziendali (CI) completano la formazione professionale pratica e l'insegnamento scolastico. La frequentazione dei corsi è obbligatoria per tutti gli studenti.

#### 2 Organizzazione responsabile

SGD Swiss Graphic Designers e SGV Unione Svizzera dei Grafici sono responsabili dei corsi interaziendali.

#### 3 Organi

Gli organi del corso sono:

- a la Commissione di vigilanza,
- b le Commissioni dei corsi.

Le commissioni si autocostruiscono e si dotano di un regolamento organizzativo. In seno alla Commissione dei corsi deve essere garantita la presenza di almeno un rappresentante del Cantone.

43 | 49

#### 4 Convocazione

4.1 Gli organizzatori dei corsi emanano convocazioni personali che vengono poi consegnate alle persone in formazione a cura delle aziende formatrici.

4.2 In caso di assenza di una persona in formazione per giustificati motivi (malattia o infortunio con certificato medico), il formatore deve immediatamente informare dell'assenza l'organizzatore del corso mediante comunicazione scritta dei motivi dell'assenza.

#### 5 Periodo, durata e argomenti principali

Corsi	Periodo	Durata	Argomenti generali
I	1° semestre	5 giornate di 8 ore	Computer – Realizzazione
II	3° semestre	5 giornate di 8 ore	Tecniche di produzione – Definizione dei dettagli – Realizzazione
III	5° semestre	5 giornate di 8 ore	Idea e concezione – Idea – Concezione

## **6 Valutazione**

Sono valutati i seguenti corsi:

Corso I Computer

- Realizzazione.

Corso II Tecniche di produzione

- Definizione dei dettagli;
- Realizzazione.

Corso III Idea e concezione

- Idea;
- Concezione.

Il procedimento verrà fissato nella guida per i corsi interaziendali.

## Piano di formazione parte D

### Procedura di qualificazione

Il campo di qualificazione **Lavoro pratico** ha una durata di 32 ore e 30 min. e si svolge sotto forma di **lavoro pratico prestabilito (LPP)**. In questo modo si verifica il raggiungimento delle competenze operative indicate dal piano di formazione per la scuola, l'azienda e i corsi interaziendali come previsto dal piano di formazione.\*

Deve essere inoltre realizzato e consegnato un **portfolio**, cioè una documentazione commentata delle prestazioni personali effettuate durante il periodo di formazione nei luoghi di formazione. Attraverso il giudizio dell'aspetto formale e un'esposizione orale della durata di 15 minuti, viene valutato il raggiungimento degli obiettivi di valutazione.\*

La documentazione dell'apprendimento e dei corsi interaziendali possono essere utilizzati come ausilio dalla persona in formazione durante lo svolgimento del lavoro pratico.

Nel campo di qualificazione **conoscenze professionali** viene verificato il raggiungimento degli obiettivi scolastici di valutazione mediante una prova scritta della durata di 4 ore.

L'esame relativo al campo di qualificazione professionale **cultura generale** si rifà all'ordinanza dell'UFFT del 27 aprile 2006 sulle prescrizioni minime in materia di cultura generale nella formazione professionale di base (RS 412.101.241).

45 | 49

Per **nota dei luoghi di formazione** s'intende la media arrotondata a un decimale delle note ponderate sotto elencate:

- a Insegnamento professionale,
- b corsi interaziendali.

In conformità all'articolo 34 OFPr ogni posizione viene valutata con una nota intera o con una mezza nota. La nota complessiva di ogni campo di qualificazione viene arrotondata al primo decimale .

Nota	Valutazione delle prestazioni
6	molto buono
5	buono
4	sufficiente
3	scarso
2	molto scarso
1	non classificabile

	Durata esame in ore	Ponde- razione della posizione	Ponde- razione della nota comples- siva
<b>Campo di qualificazione lavoro pratico (LPP)*</b>	<b>32<sup>1</sup>/<sub>2</sub></b>		<b>40%</b>
Pos. 1 Analisi (obiettivo operativo 3.1.1, obiettivo operativo 3.2)		10%	
Pos. 2 Progetto creativo		60%	
– Pianificazione (obiettivo fondamentale 3.3)			
– Idea (obiettivo fondamentale 3.4)			
– Concezione (obiettivo fondamentale 3.5)			
– Bozza (obiettivo fondamentale 3.6)			
Pos. 3 Attuazione, presentazione		30%	
– Definizione dei dettagli (obiettivo fondamentale 3.7)			
– Presentazione (obiettivo fondamentale 3.8)			
– Realizzazione (obiettivo fondamentale 3.9)			
<b>Campo di qualificazione portfolio (obiettivo operativo 3.1.3)</b>			<b>10%</b>
Pos. 1 Commenti, colloquio professionale	<sup>1</sup> / <sub>4</sub>	50%	
Pos. 2 Progetto creativo, attuazione		50%	
<b>Campo di qualificazione conoscenza professionale</b>	<b>4</b>		<b>15%</b>
Pos. 1 – Acquisizione		25%	
– Analisi			
– Pianificazione			
– Idea			
– Concezione			
– Presentazione			
– Amministrazione del progetto			
Pos. 2 – Bozza		50%	
– Definizione dei dettagli			
Pos. 3 – Realizzazione		25%	
<b>Campo di qualificazione cultura generale</b>			<b>20%</b>
<b>Nota relativa all'insegnamento professionale</b>			<b>15%</b>
Insegnamento professionale		70%	
Corsi interaziendali		30%	

Una guida alla procedura di qualificazione sarà redatta e messa a disposizione prima dell'esame.\*

\* Versione del 6 agosto 2012

## **Piano di formazione parte E**

### **Approvazione ed entrata in vigore**

Il presente piano di formazione entra in vigore con l'approvazione dell'UFFT il 1° gennaio 2010.

SGD Swiss Graphic Designers  
Il presidente

SGV Unione Svizzera dei Grafici  
Il presidente

Danilo Silvestri

Jürg Aemmer

Il presente piano di formazione viene approvato dall'UFFT ai sensi dell'articolo 10 capoverso 1 dell'ordinanza sulla formazione professionale di base per grafica AFC/ grafico AFC del 10 agosto 2009.

47 | 49

Berna, 10 agosto 2009

Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia  
La direttrice

Ursula Renold

## Modifiche al piano di formazione per Grafica AFC / Grafico AFC

Le modifiche entrano in vigore dal 1° settembre 2012 e valgono per tutte le persone in formazione con inizio formazione 2010.

Parte, pagina	Oggetto
Parte D, pagina 45	Procedura di qualificazione <ul style="list-style-type: none"> <li>– Capoverso 1, durata e forma del lavoro pratico</li> <li>– Capoverso 2, precisazioni relativi ai testi per il portfolio</li> </ul>
Parte D, pagina 46	Tabella «campo di qualificazione lavoro pratico» <ul style="list-style-type: none"> <li>– Forma e durata</li> <li>– Sequenza e peso delle posizioni</li> <li>– modifica formale della denominazione in tutti i campi di qualificazione</li> </ul> Tabella «Nota relativa all'insegnamento professionale» <ul style="list-style-type: none"> <li>– Ponderazione dell'insegnamento professionale e dei corsi interaziendali</li> </ul>

SGD Swiss Graphic Designers  
La presidentessa

SGV Unione Svizzera dei Grafici  
Il presidente

48 | 49

Michaela Varin

Jürg Aemmer

La modifica al piano di formazione verrà approvata dall'Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia.

Berna, 6 agosto 2012

UFFICIO FEDERALE DELLA FORMAZIONE PROFESSIONALE E DELLA TECNOLOGIA



## Piano di formazione

### Allegato

Elenco della documentazione per l'attuazione della formazione professionale di base di grafica AFC/grafico AFC con l'indicazione delle fonti di riferimento.

Ordinanza per la formazione professionale di base per grafica AFC/grafico AFC	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Versione stampata: Ufficio federale delle costruzioni e della logistica (UFCL), <a href="http://www.bbl.admin.ch">www.bbl.admin.ch</a> (pubblicazioni e diffusioni)</li> <li>– Ufficio federale della formazione professionale e della tecnologia (UFFT), <a href="http://www.bbt.admin.ch">www.bbt.admin.ch</a></li> <li>– Ufficio cantonale della formazione professionale</li> </ul>
Piano di formazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>– SGD Swiss Graphic Designers, <a href="http://www.sgd.ch">www.sgd.ch</a></li> <li>– SGV Unione Svizzera dei Grafici, <a href="http://www.sgv.ch">www.sgv.ch</a></li> </ul>
Documentazione della formazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Centro svizzero di servizio Formazione professionale – orientamento professionale, universitario e di carriera, <a href="http://www.sdbb.ch">www.sdbb.ch</a></li> </ul>
Rapporto della formazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>– SGD Swiss Graphic Designers, <a href="http://www.sgd.ch">www.sgd.ch</a></li> <li>– SGV Unione Svizzera dei Grafici, <a href="http://www.sgv.ch">www.sgv.ch</a></li> <li>– Centro svizzero di servizio Formazione professionale – orientamento professionale, universitario e di carriera, <a href="http://www.sdbb.ch">www.sdbb.ch</a></li> </ul>
Guida per i corsi interaziendali (CI)	<ul style="list-style-type: none"> <li>– SGD Swiss Graphic Designers, <a href="http://www.sgd.ch">www.sgd.ch</a></li> <li>– SGV Unione Svizzera dei Grafici, <a href="http://www.sgv.ch">www.sgv.ch</a></li> </ul>
Guida relativa alla procedura di qualificazione	<ul style="list-style-type: none"> <li>– SGD Swiss Graphic Designers, <a href="http://www.sgd.ch">www.sgd.ch</a></li> <li>– SGV Unione Svizzera dei Grafici, <a href="http://www.sgv.ch">www.sgv.ch</a></li> </ul>
Formulario delle note	<ul style="list-style-type: none"> <li>– SGD Swiss Graphic Designers, <a href="http://www.sgd.ch">www.sgd.ch</a></li> <li>– SGV Unione Svizzera dei Grafici, <a href="http://www.sgv.ch">www.sgv.ch</a></li> <li>– Centro svizzero di servizio Formazione professionale – orientamento professionale, universitario e di carriera, <a href="http://www.sdbb.ch">www.sdbb.ch</a></li> </ul>