

1	FOTOGRAFIA III
2	EQF 6
3	OBBLIGATORIO
4	3
5	5+6
6	10
7	GIOVANNA MAGRI
8	<p>-L'IMMAGINE PUBBLICITARIA, Il corso affronta la complessità del mondo che si relaziona al potere dell'immagine nella strategia della comunicazione pubblicitaria e nelle sue molteplici sfaccettature. Come un'immagine viene usata per veicolare un'idea che può dare origine a nuove prospettive dello spettatore.</p> <p>-L'AUTORITRATTO, Un genere affascinante, intrigante, misterioso, dove l'uomo lascia tracce del suo volto e corpo. Cosa ha spinto e spinge tutt'ora l'uomo contemporaneo, extraeuropeo a lasciare tracce di sé?</p> <p>-IL RITRATTO educare allo sguardo, ricordando l'importanza dell'etica nella fotografia, il ritratto ha una sua valenza, in quanto porta alla scoperta umanistica del valore dell'individuo e lascia un'impronta indelebile verso il pubblico.</p> <p>- Gli studenti, attraverso lo sviluppo dei progetti di carattere sperimentale, inizieranno ad avere i primi feedback con il mondo del lavoro mediante il contatto diretto con Associazioni Onlus e Imprese ecia92 i relativi responsabili della comunicazione e marketing.</p> <p>Il contatto diretto con la realtà professionale darà origine ad uno scambio importante in quanto diventa un'importante motivo di crescita per gli allievi.</p>
9	FRONTALE
10	è necessaria la conoscenza di Photoshop
11	<p>* IL POTERE DELL'IMMAGINE</p> <p>* REQUISITI DI UN BUON PROFESSIONISTA</p> <p>AMBITO PUBBLICITARIO:</p> <p>* RUOLI E COMPETENZE NELLA COMUNICAZIONE</p> <p>* ANALISI DELLE CAMPAGNE PUBBLICITARIE</p> <p>* AUTONOMIA DI GIUDIZIO</p> <p>* COMUNICAZIONE VISIVA</p> <p>* ANALISI DEI MEDIA</p> <p>*STRATEGIE DEL NEUROMARKETING</p> <p>* IL PERCORSO DALL'IMMAGINE AI MEDIA</p> <p>* STILL-LIFE(approfondimento)</p> <p>* POST-PRODUZIONE</p> <p>* ESPERIENZA DIRETTA CON AZIENDE</p> <p>* CASE HISTORY PER CAMPAGNA PUBBLICITARIA</p> <p>* INTERVENTI CON PROFESSIONISTI</p> <p>AMBITO DELL'AUTORITRATTO:</p> <p>*PERCORSO STORICO DELL'AUTORITRATTO</p> <p>*PERCORSO CONTEMPORANEO DELL'AUTORITRATTO</p> <p>*ELEMENTI FONDAMENTALI RELATIVI AD UN PROGETTO DI LAVORO</p> <p>*SVILUPPO DI UN PROGETTO CON FINALITÀ PROFESSIONALE</p> <p>AMBITO DEL RITRATTO:</p> <p>*PERCORSO STORICO DEL RITRATTO</p> <p>*PERCORSO CONTEMPORANEO DEL RITRATTO</p> <p>* IL RITRATTO (approfondimento): - Interpretazione - L'espressività della luce</p> <p>*ELEMENTI FONDAMENTALI RELATIVI AD UN PROGETTO DI LAVORO</p> <p>*SVILUPPO DI UN PROGETTO CON FINALITÀ PROFESSIONALE</p> <p>* ESPERIENZA DIRETTA CON ASSOCIAZIONI NO PROFIT</p> <p>* CASE HISTORY PER CAMPAGNA PUBBLICITARIA DI CARATTERE SOCIALE</p> <p>* INTERVENTI CON PROFESSIONISTI</p>

12	<p>-Simone Tosoni , Nuovi media e ricerca empirica: i percorsi metodologici degli internet studies, Ed.V&amp;P, 2011</p> <p>-Laura Pirotta, Strategie e tattiche di Neuromarketing- Per aziende e professionisti, Dario Flaccovio Editore, 2019</p> <p>-Fondazione Giorgio Cini, Le metamorfosi del ritratto,curatore Renzo Zorzi, Ed. Leo S. Olschki, 2002</p> <p>-Omar Calabrese ,L'arte dell'autoritratto. Storia e teoria di un genere pittorico, La Casa Usher,2010</p>
13	
14	Presentare una relazione legata alla creazione di un lavoro per concetti e successivamente per immagini.
15	Italiano