

DIGITAL VIDEO MAKING

OBIETTIVI

Il **Digital Video Maker** è una figura centrale nella comunicazione multimediale odierna, una cultura visiva dell'immagine e del video, sempre più rapida ma non per questo meno complessa.

Alla base delle competenze del video maker esiste la capacità dell'**interpretazione dell'immagine** e della costruzione dello storytelling grazie alle tecnologie più avanzate.

Questa figura determina il successo delle **strategie marketing** attuali, campagne moda e non solo, traducendo i messaggi e i valori di un brand in prodotti video complessi e strutturati.

Il corso di **Digital Video Designer** forma tecnici altamente specializzati nel settore della produzione e post-produzione video in ambito digitale. Il percorso formativo è articolato per far **acquisire competenze integrate in Editing, Visual Effects (VFX), Color grading, Sound design di prodotti filmici, televisivi, pubblicità, VR, web e multimediali.**

Il corso di Digital Video Designer, infatti, offre una **formazione professionale pratica laboratoriale**, strategica per rispondere alle richieste di un mercato alla crescente ricerca di professionisti capaci di svolgere attività ad alto grado di Digital Innovation nel settore dell'industria audiovisiva, cinematografica e dell' Entertainment .

Il Digital Video Designer è una figura professionale che **unisce alle specifiche conoscenze sull'utilizzo professionale di applicativi e tecnologie digitali per la pre e post produzione ed effetti speciali – es. After Effect, Da Vinci Resolve, programmi di Animazione 2D e 3D** – un background fondamentale per la realizzazione di un progetto audiovisivo e multimediale negli ambiti disciplinari di regia, montaggio, sceneggiatura, fotografia, tecniche di ripresa, ecc.

Al termine del percorso formativo, infatti, i corsisti sono in grado di operare ad ampio raggio nel settore di riferimento, grazie ad un programma didattico che permette di affinare le capacità espressive, attraverso una serie di focus sui contenuti, linguaggi, aspetti tecnici e funzionali necessari allo sviluppo di progettualità legate ad ambiti artistici e culturali.

Sbocchi occupazionali: aziende operanti nel settore cinematografico e televisivo, **case di produzione di programmi di news o intrattenimento, agenzie di advertising, new media e comunicazione audiovisiva, studi di motion graphic.**

CONTENUTI

Introduzione al Corso

0. Definizione di Videomaker

Modulo 1 – Competenze tecniche per il Videomaking

1. Videocamera
2. Sensore e Modalità di Scatto – Parte 1
3. Sensore e Modalità di Scatto – Parte 2
4. L'Otturatore
5. Fotogrammi al Secondo
6. Tipologie di Scansione dell'Immagine e Diaframma
7. Obiettivi
8. Generi di Lenti e ISO
9. Filtri

Modulo 2 – Procedimento alla Creazione Artistica del Video

1. Pre-produzion
2. Produzione: Piani Cinematografici e Spazio 12. Produzione: Lo Spazio
3. Produzione: Regole compositive
4. Produzione: Il Tempo – Parte 1
5. Produzione: Il Tempo – Parte 2
6. Produzione: Angolazioni
7. Produzione: Illuminazione
8. Produzione: Bilanciamento del bianco e Audio

Modulo 3 – Post-produzione

1. Post-produzione: le basi del Montaggio
2. Post-produzione: Composizione dell'Audio e dell'Immagine
3. Post-produzione: Tecniche base per il video-editing
4. Post-produzione: Ritmo – Parte 1
5. Post-produzione: Ritmo – Parte 2
6. Post-produzione: Presentazione di una scena di Dialogo e Grafica
7. Post-produzione: Formati e Codec

TOPICS FONDAMENTALI

Content Focus

1. Individuazione del progetto
2. Ideazione del progetto
3. Creatività
4. Strategia

Produzione

1. Pre-produzione
 - tutto ciò che viene fatto prima delle riprese
2. Produzione
 - Luci
 - Steadycam
 - Set e sala di posa
3. Post-produzione
 - Adobe Premiere Pro – Montaggio, audio / musica
 - Adobe Lightroom – Color correction e color grading con Graphics
4. Pubblicazione e Pianificazione
 - Definizione degli obiettivi, CTA (call to action)
 - Pubblicazione Web, Social Media
 - Multicanalità Vs Omnicanalità
 - ADV Pianificazione sponsorizzazioni
 - Social Media
5. Misurazione
 - Google Analytics e GA4
 - Facebook & Instagram Insight
 - TikTok Insight
 - Youtube Creator Academy

METODOLOGIE ADOTTATE

Numero ore aula/FAD:	100
Numero ore stage/tirocinio:	0
Numero ore laboratorio:	100
Durata Totale:	200
Esame finale:	SI
Tipo metodologia:	Teoria – Pratica – FAD

METODOLOGIA

I programmi dei nostri percorsi sono progettati e erogati con un metodo integrato, che prevede un'alternanza di metodologie didattiche di carattere cognitivo e metodologie di carattere attivo-emotivo.

La metodologia didattica di carattere cognitivo sarà centrata sul “contenuto” dell’argomento oggetto del corso, quindi lo strumento didattico sarà la lezione frontale per il trasferimento di concetti, metodologie, strumenti di analisi, strategie di intervento ed il ricorso ad aneddoti esempi e casi concreti.

L’auto-apprendimento fuori dall’aula sarà favorito dalla consegna di dispense, slides, articoli, bibliografia, e altro materiale di approfondimento on-line erogato dal docente.

La metodologia di carattere attivo-emotivo, avrà invece l’obiettivo di facilitare l'apprendimento attraverso la sperimentazione attiva, con tecniche di gestione attiva dell'aula sviluppando un forte coinvolgimento dei partecipanti attraverso discussioni, confronti in plenaria, esercitazioni pratiche, analisi dei casi, role-playing, simulazioni, studio di Case-History, teamwork, i business game, allo scopo di verificare l'uso delle tecniche e degli strumenti proposti. Si svilupperà una forte l’interazione e una prossemica personale tra docente ed allievi.

I metodi attivi tendono ad incoraggiare una partecipazione diretta dei soggetti in formazione e favoriscono un costante feed-back all’azione del formatore.

STRUMENTI FORMATIVI E MATERIALE DIDATTICO

Carattere distintivo dei nostri percorsi formativi è l’utilizzo di strumenti dall’elevato valore formativo che consentono di vivere in aula una esperienza sul campo simulata (Learnig by Doing):

- Case History analysis (Analisi di casi reali aziendali)
- Simulazioni What
- Esercitazioni di Business game (gestione di casi aziendali; presa di decisioni strategiche e operative;
- Filmati coerenti con l’argomento
- Project work
- Discussioni di gruppo
- Role Playing in un contesto individuale e collaborativo (team work).
- Per quanto riguarda i concetti, le teorie e le argomentazioni, sono consegnate:

- Dispense
- Slides in Power Point
- Documentazione e Articoli di approfondimento

VERIFICHE

Al fine di effettuare verifiche dell'apprendimento sono utilizzate questionari con domande chiuse, aperte, miste, a scelta multipla, esercitazioni, creazione di procedure, project work. La valutazione dell'apprendimento riguarderà contenuti, concetti, metodologie, comportamenti, abilità, ect, relativi all'argomento trattato.

DURATA

4 MESI – 200 ORE

ATTESTATO/CERTIFICAZIONE

ATTESTATO DI FREQUENZA