



agati mario

linguaggi multimediali - wild web chapinèr
392 4346243 – mario.agati@virgilio.it – www.agatimario.it

destinatari: Dott.^{ssa}

oggetto: Piano di aggiornamento sulle TIC (Tecnologie della Informazione e Comunicazione) per gli esponenti delle Associazioni operanti nel territorio del Comune di Modena

titolo: Comunicare oggi (corso avanzato)

Valorizzare il proprio lavoro sfruttando le nuove tecniche di desktop publishing e le nuove strategie di informazione e comunicazione.

abstract: Impariamo assieme – secondo la logica “costruttiva” dell’apprendimento cooperativo (*cooperative learning*) e dell’imparare facendo (*learning by doing*) - a progettare, realizzare, pubblicare e diffondere (anche in rete) **volantini, brochure, notiziari, calendari, carte intestate, loghi...** di forte impatto comunicativo.

premessa: L’idea base di questa iniziativa nasce dalla consapevolezza che diverse associazioni lavorano molto bene, ma non sempre hanno il giusto riconoscimento pubblico a causa della scarsa propensione a documentare e pubblicizzare la propria esperienza. Da qui la necessità di appropriarsi delle competenze di base per:

- gestire con efficacia e professionalità i testi;
- gestire con efficacia e professionalità le immagini;
- gestire con efficacia e professionalità la sinergia fra testi e immagini;
- gestire con efficacia e professionalità la pubblicazione e la diffusione dei documenti prodotti.

obiettivi: 1. **Migliorare tecniche e strategie per progettare, produrre, pubblicare testi**

- **la scrittura all’epoca del web:** la leggerezza del testo; l’uso strategico di microcontent (grassetti, corsivi, link, richiami, citazioni, elenchi puntati...); ritmo e rapidità; titoli, sottotitoli, sommari...; le potenzialità ipertestuali; la combinazione tipi di carattere e combinazioni colori; diritto d’autore e netetiquette...

2. Migliorare tecniche e strategie per la ricerca, la produzione, l'elaborazione e la gestione delle immagini

- **tecniche e strategie per la ricerca e la produzione di immagini adeguate** alla tipologia comunicativa adottata: uso corretto della fotocamera digitale, dello scanner, di Internet...; diritto d'autore e netetiquette...
- **tecniche di base per elaborare ed ottimizzare le immagini:** il fotoritocco (luminosità e contrasto, correzione del colore, dissolvenza e trasparenza, clonazione...); ridimensionare, ruotare, ritagliare le immagini; metafore visive e fotomontaggi; realizzazione di scritte artistiche; strumenti e tecniche per ottimizzare le immagini in funzione della destinazione finale (TIF, GIF, JPG, PNG...)

3. Migliorare tecniche e strategie per impaginare testi e immagini (desktop publishing)

- **utilizzare e personalizzare gli schemi e i modelli** proposti dai programmi (volantini, brochure, opuscoli, attestati, biglietti, calendari, inviti, fax, e-mail...)
- **progettare – a partire dalla “pagina vuota” – layout** efficaci e coerenti di volantini, brochure, opuscoli, attestati, biglietti, calendari, inviti, fax, e-mail...
- **adattare testi e immagini al layout** (o viceversa)

4. Migliorare tecniche e strategie per pubblicare e diffondere (stampa, e-mail, web...) i propri elaborati

- **preparare la pubblicazione per la stampa** in proprio (stampanti laser, stampanti a getto d'inchiostro, stampante + fotocopiatrice) o per consegnarla ad un “servizio stampa”.
- **preparare la pubblicazione per una diffusione via rete** (e-mail, newsletter, web...) come allegato e/o tramite conversione in PDF o JPG.

possibile percorso: I particolari del percorso formativo saranno messi a fuoco durante l'incontro preliminare in base all'analisi dei **prerequisiti**, degli **strumenti** (hardware e software) a disposizione e delle **aspettative** dei corsisti.

In linea di massima si può comunque ipotizzare di raggiungere gli obiettivi prefissati attraverso un percorso che ruoti attorno alla progettazione e realizzazione di una campagna promozionale per la quale occorra realizzare un **logo**, uno **slogan**, un **volantino**, un **biglietto** di invito per..., il **layout** di un opuscolo informativo...

prerequisiti: Trattandosi di un corso di secondo livello si può ipotizzare di lavorare con corsisti in grado di

- usare mouse e tastiera di salvare correttamente il proprio lavoro (anche su unità di memoria “esterne”);
- di conoscere le tecniche di base per l'utilizzo di scanner e

stampante;

- di orientarsi con un minimo di sicurezza in ambiente *Microsoft Windows* e *Microsoft Office*.

metodo di lavoro: Lavoro individuale e di gruppo supportato da stimoli, consigli, esemplificazioni e a cura del tutor.

strumenti: **I più comuni strumenti hardware** (computer, stampanti, scanner, fotocamere) **e di rete** (Internet, posta elettronica).

Per quanto riguarda il software, utilizzeremo come programma di riferimento **Microsoft Publisher in quanto** offre un ottimo compromesso fra facilità d'uso (soprattutto per chi è già abituato alle interfacce Microsoft) e qualità delle pubblicazioni realizzate.

Nella seconda parte del percorso lavoreremo anche in sinergia con **MicrosoftWord** e con **programmi per l'elaborazione grafica**.

Per quanto riguarda l'elaborazione grafica stabiliremo un programma di riferimento in base alle potenzialità che i corsisti paleseranno nei primi incontri. Se il livello medio dei corsisti non appare particolarmente alto, ci orienteremo su un programma semplice ed intuitivo (*Microsoft Digital Image Studio*); altrimenti potremo rivolgerci a programmi più professionali (*Adobe Photoshop*)

tempi: **1 incontro** preliminare (2 ore) per analizzare i prerequisiti, valutare le aspettative e **condividere** il progetto;

11 incontri (di 2 ore ciascuno) per la realizzazione del percorso

luoghi: Laboratorio multimediale dell'ITI "Corni" di Modena

feedback Tenuto conto che il percorso prevede la progettazione e la realizzazione di una campagna promozionale, la "verifica" finale consisterà nella valutazione – e autovalutazione - del progetto (individuale o di gruppo) realizzato secondo una griglia che tiene conto, fra l'altro, dei criteri di: **correttezza, usabilità, efficacia comunicativa, qualità estetiche, esportabilità**.