



## Repertorio Regionale delle Qualificazioni e delle Competenze

### Scheda di Figura Professionale

Denominazione Figura	Tecnico delle rappresentazioni grafiche di messaggi pubblicitari (213)
Esempi di possibili denominazioni ricorrenti nel mondo del lavoro	Grafico pubblicitario
Settori di riferimento	Comunicazione pubblicità pubbliche relazioni (16)
Ambito di attività	Produzione di beni e servizi
Livello di complessità	Gruppo-livello B
Descrizione	Esegue rappresentazioni grafiche di messaggi pubblicitari utilizzando diversi strumenti di comunicazione visiva. È un professionalità che opera nel settore delle attività di servizi alle imprese e svolge compiti creativi finalizzati alla comunicazione aziendale. Possiede doti naturali (creatività e fantasia) ma anche un ottimo bagaglio tecnico e culturale. Applica la forma grafica bidimensionale e tridimensionale in un quadro di valenze culturali interagenti. Traduce l'idea pubblicitaria in un progetto grafico con o senza l'ausilio di supporti informatici

### Contesto di esercizio

Tipologia rapporti di lavoro	Può svolgere la sua attività come libero professionista o come dipendente o collaboratore di un'azienda del settore comunicazione e pubblicità o dell'editoria. Tenzialmente la libera professione deriva comunque dall'acquisizione di una significativa esperienza in ambito aziendale. Possiede competenze e abilità per inserirsi con mobilità nella specifica realtà produttiva delle agenzie pubblicitarie, delle imprese editoriali, industriali e artigianali
Collocazione contrattuale	Il suo inquadramento, varia in relazione all'ambito di impiego (industria e artigianato, grafico-editoriale, pubblicità, informatica), generalmente in una posizione di impiegato tecnico di medio livello (4° livello iniziale CCNL aziende grafiche e affini o della Società Italiana Pubblicità per Azioni). È una figura che tuttavia trova maggiormente impiego in agenzie private di pubblicità anche come freelance e libero professionista
Collocazione organizzativa	È esperto delle tecniche di applicazione dei linguaggi visivi, e, pur essendo una figura spiccatamente tecnica, possiede anche una certa capacità strategica inerente l'applicazione di tecniche comunicative basate sul segno, che si esprimono su supporti fisici, in luoghi reali o ambienti virtuali. Interagisce con le richieste del cliente e, in collaborazione con tecnici della stampa, tecnici informatici e responsabili della comunicazione, progetta la grafica e realizza i definitivi di prodotti comunicativi editoriali, istituzionali, pubblicitari on-line e off-line e multimediali. Il suo referente può essere il Tecnico Pubblicitario (vedi Tecnico della gestione e controllo di campagne

	pubblicitarie) o l'Account (vedi Tecnico dell'elaborazione delle strategie di comunicazione) nell'ambito delle Agenzie pubblicitarie e collabora attivamente con le figure dei vari reparti creativi (art director - vedi Tecnico delle attività di ideazione e sviluppo dell'immagine di campagne pubblicitarie - e copywriter - vedi Tecnico delle attività di progettazione di campagne pubblicitarie)
Opportunità sul mercato del lavoro	Questa figura professionale opera in un campo espressivo molto ricco ed articolato che può andare dallo studio grafico pubblicitario alla piccola e media azienda editoriale, fino ad arrivare a settori più specifici di rappresentazione e illustrazione grafica editoriale (es. fumetto). I campi applicativi di questa figura sono sempre quelli del linguaggio visivo, anche se le modalità con le quali i messaggi vengono veicolati si sono evolute e sono cambiate in modo considerevole grazie ai media digitali. Le opportunità di lavoro di questa figura si concretizzano in diverse tipologie di imprese: all'interno di studi professionali di Graphic Design, nelle Agenzie di Pubblicità, assumendo il ruolo di consulente per il coordinamento grafico di una campagna o di specifici interventi di Comunicazione legati all'immagine corporate (marchio e sua applicazione) o ancora negli uffici grafici interni alle Aziende, dove si occupa principalmente dell'impostazione degli stampati e della Comunicazione interna ed esterna. Questa figura può sviluppare inoltre percorsi di carriera orizzontali, nel reparto grafico delle redazioni dei periodici ricoprendo ad es. il ruolo di Art Director o di responsabile dell'impaginazione o anche nelle case editrici nel ruolo di responsabile della progettazione o di responsabile dell'immagine di una linea editoriale (come per esempio per collane di libri o opere multimediali)
Percorsi formativi	La sua formazione prevede lo sviluppo di competenze grafiche e l'acquisizione delle tecniche di comunicazione visiva, attraverso strumenti di produzione grafica tradizionale e virtuali. La sua formazione di base si fonda sulle conoscenze tecniche del disegno, della stampa, dell'utilizzo dei supporti tecnici di riproduzione delle immagini grafiche e di quelli a carattere multimediale. Tale formazione può essere acquisita attraverso specifici percorsi di istruzione superiore ad indirizzo grafico (Istituti d'arte e Istituti professionali) e/o attraverso corsi di formazione professionale con conseguimento di qualifiche professionali. Ad una preparazione di base si accompagnano corsi di specializzazione a seconda dell'area in cui si preferisce operare per apprendere tecniche di comunicazione specifiche legate ad esempio al web e all'uso di software grafici. La conoscenza della lingua inglese è indispensabile. La formazione superiore viene realizzata generalmente attraverso corsi di specializzazione e Master o anche tramite specifici indirizzi all'interno di corsi di laurea (scienza della comunicazione, lettere, economia, ecc.)

Indici di conversione

Sistemi di classificazione a fini statistici

ISCO 1988	347 - ARTISTIC, ENTERTAINMENT AND SPORTS ASSOCIATE PROFESSIONALS - 3471 -Decorators and commercial designers
ISTAT Professioni (CP 2011)	2.5.5.1.4 - Creatori artistici a fini commerciali (esclusa la moda)

	3.4.4.1.1 - Grafici
ATECO 2007	73.11.01 - Ideazione di campagne pubblicitarie 74.10.29 - Altre attività dei disegnatori grafici

Repertori di descrizione

Repertorio nazionale delle figure per i percorsi IFTS	
Repertorio nazionale delle figure per i percorsi leFP	
Fonti documentarie	Repertorio Regionale delle Figure Professionali della Regione Toscana

Elenco Aree di Attività

Denominazione AdA	Gestione degli strumenti operativi per il trattamento delle immagini grafiche
Descrizione della performance	Utilizzare le funzionalità di specifici strumenti tecnici e tecnologici per elaborare, gestire e rappresentare le immagini dei prodotti/servizi da pubblicizzare
UC	836
Capacità-abilità	<p>Applicare le risorse offerte dalle nuove tecnologie (materiali, stampa, grafica computerizzata), per la riproduzione e il trattamento delle immagini</p> <p>Eseguire lo sviluppo e la pratica di camera oscura (sviluppo, stampa, elaborazione grafica)</p> <p>Trascrivere gli elaborati grafici attraverso l'impiego di strumenti tecnici e tecnologici di gestione delle immagini</p> <p>Utilizzare gli applicativi informatici più comuni per la gestione grafica di immagini, testi, video e foto, programmi di elaborazione e impaginazione di immagini e testi</p> <p>Utilizzare i supporti sensibili, pellicole ottocromatiche e pancromatiche</p> <p>Utilizzare le varie fotocamere reflex e non, e i relativi accessori (ingranditore, fotoriduttore...)</p>
Conoscenze	<p>Apparecchiature e tecniche fotografiche per la realizzazione delle immagini con l'utilizzo di apposite funzioni di riproduzione</p> <p>Programmi applicativi per la gestione delle immagini e il fotoritocco</p> <p>Tecniche e strumenti di image processing per il trattamento digitale dell'immagine</p> <p>Tecnologie delle produzioni visive tradizionali e moderne per la gestione dell'immagine sui supporti tradizionali e innovativi</p> <p>Tecnologie e applicazioni audio-video per la gestione dell'editing online e offline</p>

Denominazione AdA	Gestione degli strumenti operativi per la stampa del prodotto grafico
Descrizione della performance	Utilizzare le funzionalità delle apparecchiature di stampa per la

	riproduzione seriale del prodotto grafico
UC	327
Capacità-abilità	<p>Costruire l'immagine grafica in funzione degli strumenti di stampa disponibili e utilizzabili</p> <p>Utilizzare i principali strumenti di stampa per seguire e controllare il processo</p> <p>Valutare l'opportunità di impiego di specifici strumenti in funzione dei costi e dei tempi di realizzazione</p>
Conoscenze	<p>Caratteristiche degli strumenti tecnici e tecnologici di stampa per l'impiego di opportune funzioni che garantiscono gli effetti desiderati</p> <p>Caratteristiche dei macchinari e degli strumenti utilizzati per le diverse tipologie di stampa</p> <p>Programmi e software applicativi per l'impaginazione e la realizzazione delle pubblicazioni</p> <p>Tecniche di stampa per eseguire una corretta valutazione dei materiali di impiego</p>

Denominazione AdA	Produzione
Descrizione della performance	Preparare le bozze e le presentazioni del prodotto pubblicitario per il cliente, per valutarne l'efficacia e la rispondenza agli obiettivi indicati
UC	326
Capacità-abilità	<p>Interpretare il bozzetto per trasformarlo in layout scegliendo i materiali, i caratteri e inserendo eventuali elaborazioni</p> <p>Preparare il layout esecutivo per la stampa completo delle indicazioni necessarie</p> <p>Realizzare bozzetti, elaborati grafici ed esecutivi per l'illustrazione e la presentazione della campagna pubblicitaria</p> <p>Realizzare i layout e i definitivi per progetti grafici online e offline</p> <p>Realizzare i prodotti grafici tradizionali (istituzionali, pubblicitari ed editoriali) e quelli multimediali anche interattivi</p> <p>Utilizzare la comunicazione visiva nella creazione di messaggi pubblicitari finalizzati alla comunicazione d'impresa</p>
Conoscenze	<p>Elementi di geometria piana e solida per gestire la composizione grafica dell'immagine anche con l'impiego di applicativi informatici per la gestione delle immagini in 3D</p> <p>Prospettiva e teoria delle ombre per la creazione di immagini anche riferite alla figura umana</p> <p>Strumenti tecnici di riproduzione delle immagini per la traduzione di forme tridimensionali su due dimensioni (fotografia, retrocamera, ecc.)</p> <p>Tecniche e sistemi di stampa utilizzati per la produzione delle immagini e la riproduzione fotografica</p> <p>Tecniche grafiche e di disegno per la creazione dell'immagine base e la traduzione delle forme tridimensionali su due dimensioni</p>

	<p>direttamente dal vero</p> <p>Teoria del colore e tecniche pittoriche convenzionali per la gestione del colore nelle immagini in relazione al canale di rappresentazione scelto (stampa, web, fotografia, ecc.)</p>
--	---

Denominazione AdA	Progettazione grafica
Descrizione della performance	Definire le caratteristiche grafico/visive di un prodotto/servizio sulla base degli obiettivi del Cliente e dei contesti nei quali è opportuno illustrare il relativo messaggio pubblicitario
UC	325
Capacità-abilità	<p>Analizzare i tempi e i costi di realizzazione per la stesura di preventivi</p> <p>Analizzare le variazioni dei layout per progetti grafici online e offline</p> <p>Ordinare gli strumenti della comunicazione e produrre i messaggi visivi che la diffondono attraverso conoscenze scientifiche ed artistiche</p> <p>Progettare e realizzare i prodotti grafici tradizionali (istituzionali, pubblicitari ed editoriali)</p> <p>Progettare la grafica di prodotti multimediali anche interattivi</p> <p>Utilizzare la comunicazione visiva nella creazione di messaggi pubblicitari finalizzati alla comunicazione d'impresa</p> <p>Valutare canali bidimensionali e tridimensionali di rappresentazione in coerenza con la natura dell'oggetto da rappresentare</p>
Conoscenze	<p>Elementi di pianificazione pubblicitaria per gestire la realizzazione dell'immagine pubblicitaria in coerenza con gli obiettivi della campagna e con i tempi prefissati</p> <p>Elementi di storia dell'arte e del costume per rendere l'immagine pubblicitaria aderente al contesto socio-culturale in cui viene trasmessa</p> <p>Stili della grafica applicati ai canali comunicativi per gestire efficacemente le tematiche e le variabili della progettazione grafica istituzionale, editoriale e multimediale</p> <p>Strumenti e tecniche della comunicazione visiva necessari a creare logica visiva ed equilibrio ottimale tra la sensazione visiva e le informazioni grafiche nell'ambito dello specifico strumento comunicativo (stampa, web, video, ecc.)</p> <p>Tecniche di progettazione grafica per gestire nello spazio visivo specifico, l'uso dei simboli, dei segni e degli spazi</p> <p>Tecniche grafiche per l'applicazione dei diversi stili di costruzione dell'immagine</p> <p>Tecniche pittoriche e di disegno tecnico per la corretta gestione dei colori, delle forme e della luce nella realizzazione dell'immagine</p>

Denominazione AdA	Studio e analisi del prodotto/servizio da rappresentare
Descrizione della performance	Individuare gli elementi di utilità/beneficio caratteristici del prodotto/servizio che devono essere messi in risalto nel messaggio

	visivo
UC	324
Capacità-abilità	<p>Analizzare i messaggi, sia semiotici, che semiologici, in specifici ambiti sociali e/o settoriali</p> <p>Effettuare un'elaborazione prospettica finalizzata alla creazione di marchi, marchioparola, logotipo, imballaggio etichetta, depliant, cataloghi, manifesti, ecc.</p> <p>Elaborare messaggi integrati tra linguaggi di tipo diverso, visivo (immagini statiche e in movimento), verbale (parlato e scritto) e fonico (assonanza delle parole e musica)</p> <p>Ideare la struttura e la presentazione dei vari strumenti pubblicitari in funzione dell'obiettivo generale a cui vuole tendere il messaggio pubblicitario</p> <p>Riconoscere le tendenze e i gusti visivi di maggiore impatto, associandoli in modo flessibile alle specifiche realtà socio-economiche</p> <p>Sviluppare doti comunicative idonee alle esigenze operative ed in relazione al target di riferimento</p>
Conoscenze	<p>Elementi di analisi psico-sociologica per misurare gli effetti di specifici strumenti di comunicazione visiva</p> <p>Elementi di psicologia della comunicazione per individuare i segni e i sistemi visivi che maggiormente favoriscono la percezione e l'attenzione di specifici target di destinatari</p> <p>Sociologia culturale per analizzare e valutare i fattori di attrazione dei prodotti/servizi da rappresentare su specifici gruppi di destinatari</p> <p>Strumenti della comunicazione moderna per effettuare analisi qualitative e quantitative connesse al loro impiego in contesti diversi</p> <p>Tecniche della comunicazione visiva di massa per l'applicazione delle metodologie di rappresentazione destinate ad un numero notevole di recettori</p> <p>Teorie e tecniche della grafica per lo studio del sistema di identità visiva e la definizione coordinata del marchio e dell'immagine</p>