

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
TECNICHE AUDIOVISIVE PER IL WEB	DE GUGLIELMO IGOR	4

### **OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►**

Conoscere i lineamenti e le tecniche di produzione video il Web, ripercorrendo le tappe che hanno portato alla nascita e allo sviluppo del web e di internet. Comprendere la figura del Videomaker ed il suo ruolo anche attraverso gli elementi caratterizzanti e di differenziazione rispetto alle altre produzioni come il cinema e la tv. Comprendere lo sviluppo tecnologico che ha portato alla tecnica del digitale. Conoscere nel dettaglio gli elementi del formato video digitale e delle videocamere digitali: sensore, focale, bit, profondità' del colore, formati di registrazione, codec, aspect ratio, iso, storage, campionamenti e sottocampionamenti. Conoscere le macchine digitali di piccolo, medio e grande formato. Saper riconoscere peculiarità, limiti e vantaggi delle apparecchiature video: dai cellulari alle cinecamere digitale. Acquisire quelle conoscenze che permettano l'acquisto consapevole di macchine digitali, accessori e della strumentazione più idonea per ogni tipologia di richiesta nel campo video, web e cinematografico. Conoscere le diverse tipologie di produzioni video per il web: dall'homemade ai video aziendali, pubblicitari e per i social. Conoscere le tecniche fondamentali per girare video di breve durata: dal corto alla clip video per il web.

Entrare nell'ottica delle produzione video aziendali e pubblicitari. Acquisire le tecniche e gli elementi caratterizzanti del web marketing attraverso lo studio dello sviluppo dei social, google e delle app per cellulari. Conoscere la frammentazione e la complessità del business marketing. Cogliere gli aspetti fondamentali del marketing tradizionale e del nuovo marketing per il web. Riconoscere l'importanza sempre maggiore e stretto fra azienda e cliente: il cliente al centro delle metriche. Modellizzazione del rapporto azienda e cliente. Studiare in dettaglio l'analisi del Customer Journey che porta all'individuazione e alla classificazione delle molteplici tappe in cui il videomaker può operare con le sue produzioni video e multimediali. Messaggi da veicolare ed elementi cardine da attenzionare nella produzione di video aziendali per il web di successo. Esaminare in dettaglio, anche attraverso video didattici e laboratori, le peculiarità, le caratteristiche e gli elementi fondamentali delle produzioni video aziendali e per il web. Dal'unboxing ai video per cerimonie, dai video aziendali a quelli pubblicitari. In particolare si esamineranno: video soluzioni, promo e offerte, teaser, storytelling, tutorial, vlog, demo prodotto ed un accenno sulla virtual reality. Esame delle altre tipologie di video come il VR, 360°, time lapse.

### **APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►**

Lo studente al termine del corso ha consolidato le conoscenze delle fondamentali tecniche audiovisive incentrate su brevi filmati e clip di diversi generi destinati al settore web professionale. Potrà quindi fornire la sua collaborazione come videomaker o essere assunto in pianta stabile nei centri di produzione video ed affini. Sarà in grado di discernere i vari aspetti delle diverse ed articolate richieste di produzioni video per il web da parte dei clienti siano essi piccoli o grandi studi pubblicitari. Potrà essere inserito nei diversi settori della filiera pre-produttiva, produttiva e post-produttiva audio/video.

### **PREREQUISITI RICHIESTI ►**

Importante la conoscenza delle tecniche di regia e di utilizzo dei software di montaggio in post-produzione.

## **CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►**

La figura del videomaker, internet e web. Macchine e videocamere digitali: tipologie e tecnologie digitali. Tecniche fondamentali per video di breve durata: scrivere, produrre, dirigere video per il web.

Web Marketing, messaggi da veicolare nel rapporto azienda/cliente e analisi del customer Journey. Caratteri, peculiarità ed elementi fondamentali delle diverse tipologie di video pubblicitari, informativi e aziendali.

## **ARGOMENTI ►**

TAW LEZ 01 - 03/11

Introduzione al Corso

TAW LEZ 02 - 10/11

Internet e Web.

Ambiente Web. Introduzione alla figura del videomaker

Approccio integrato alla materia di studio.

TAW LEZ 03 - 17/11

Internet e Web

Approccio integrato

Software di editing per le foto

Pagine Web e codice HTML

TAW LEZ 04 - 24/11

Internet e Web

Pagine Web e codice HTML

Contenuti e oggetti multimediali

TAW LEZ 05 - 01/12

La figura del videomaker e la produzione video per il web.

Democratizzazione delle apparecchiature e meritocrazia.

Video: i target, la storia da raccontare, la durata.

TAW LEZ 06 - 09/12

Elementi fondamentali per la creazione di un video web: durata, piattaforma di diffusione, differenze fra social network.

TAW LEZ 07 - 16/12

Linguaggi audiovisivi, filmati e video homemade.

Video web per eventi, cerimonie, feste

Tecniche audiovisive: elementi di pre-produzione e produzione.

TAW LEZ 08 - 22-12

Soggetto, scaletta e sceneggiatura di un breve filmato di pubblicità sociale per il web.

Guida pratica e avvertenze sull'illuminazione, audio e sul girato.

Suggerimenti e avvertenze pratiche sulle riprese, piani, composizione, inquadrature, continuità, attacchi e stacchi. La regola del sei. Preproduzione, storytelling, master e copertura.

TAW LEZ 09 - 19-01

Storia del digitale. Telecamere vs Cinecamere. Sensore CCD e CMOS. Aspect Ratio. Formati di registrazione. Codec. Bit e profondità colore. Sottocampionamenti e crominanza.

TAW LEZ 10 - 26-01

Obiettivi stabilizzati e non. ISO. FOCUS. Formati di registrazione. Storage. Comparto audio. Scegliere la Videocamera/Fotocamera adatta alle esigenze del professionista. Dalla GoPro alla Cineprese per i film.

TAW LEZ 11 - 03-02

Rig e accessori. Follow Focus. Batterie. Monitor. Viewfinder. Matte box. Stabilizzatori. Droni. Videomaker e smartphone.

TAW LEZ 12 - 10-02

Video aziendali: teaser, storytelling, video tutorial, video soluzioni, promo e offerte, video per i social

TAW LEZ 13 - 17-02

Vlog, Demo prodotto, chalk talk e video animazione. Case study. Video Tutorial. Valori e company-culture. Webinars. Storytelling approfondimento.

TAW LEZ 14 - 03-03

Social network, prodotti, pubblicità, marketing web

TAW LEZ 15 - 10-03

Il cliente al centro delle metriche. Funnel marketing. Il modello del papero. Marketing integrato. Customer Journey.

TAW LEZ 16 - 17-03

Social media. Pubblicità e web marketing. Veicolare informazioni, pubblicità e comunicare adeguatamente nei diversi contesti web e social.

TAW LEZ 17 - 24-03

Preparazione creativa ai video per il web. Video demo prodotto visionati e discussi a lezione.

Tecniche esecutive per la tipologia demo prodotto.

TAW LEZ 18- 07-04

Demo prodotto. Analisi delle diverse tecniche di ideazione e creazione dei video demo prodotto per il web. Analisi critica di diversi video mostrati a lezione.

### **METODI DIDATTICI ►**

Lezioni frontali, proiezioni di slides, attività laboratoriale, analisi tecnica e critica di diversi video per il web.

### **BIBLIOGRAFIA ►**

Libri e testi per il corso A.A. 2021-2022

MAURO CASOTTI, Professione Videomaker, Ed. indipendente

MARK BRINDLE, Manuale di Videocamera Digitale, Ed. contrasto

PIERVINCENZO NARDESE, Tecniche di video digitale, Ed. Apogeo

BARBAROSSA FABRIZIO La Fabbrica dei Clienti L' Evoluzione del Digital Marketing Ed. White Rabbit

GIULIANO GIRELLI, Manuale del Videomaker Ed.indipendente

PIERLUIGI PANTINI, DSLR Cinema, Ed. Dino Audino

ROBERTO MOLITERNI, Scrivere il corto e la Web-serie, Ed. Dino Audino

Sulla piattaforma appunti e slides forniti dal docente.