

**1° anno**

| ATTIVITA' FORMATIVE   | AMBITI DISCIPLINARI  | SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI                        | MODULI DIDATTICI                                     | CFU       |
|---|--|---|--|-----------|
| DI BASE   | DISCIPLINE LINGUISTICHE E LETTERARIE                                   | L-FIL - LET/10 LETTERATURA ITALIANA                     | <b>scrivere per il cinema</b>                        | 4         |
|   | DISCIPLINE STORICHE  | M-STO/04 STORIA CONTEMPORANEA                           | <b>storia e analisi del film 1</b>                   | 4         |
|   | DISCIPLINE SOCIOLOGICHE, PSICOLOGICHE E PEDAGOGICHE                    | SPS/08 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI | <b>comunicazione pubblicitaria 1</b>                 | 4         |
| CARATTERIZZANTI   | DISCIPLINE CRITICHE, SEMIOLOGICHE E SOCIO-ANTROPOLOGICHE               | M-FIL/04 ESTETICA                                       | <b>laboratorio di estetica dell'immagine</b>         | 6         |
|   | DISCIPLINE STORICO-ARTISTICHE  | L-ART/03 STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA                 | <b>storia della pubblicità 1</b>                     | 2         |
|   | MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE PRODUZIONI ARTISTICHE | L-ART/05 DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO                    | <b>direzione attori e casting 1</b>                  | 3         |
|   |  | L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE               | <b>produzione 1</b>                                  | 4         |
|   |  |   | <b>introduzione alla regia</b>                       | 6         |
|   |  |   | <b>fotografia 1</b>                                  | 6         |
|   |  |   | <b>prassi e sintassi della regia pubblicitaria 1</b> | 6         |
|   |  |   | <b>teoria e tecnica del montaggio 1</b>              | 4         |
|   |  |   | <b>suono-presa diretta</b>                           | 2         |
|   | ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE                               | L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE               | <b>continuità e organizzazione delle riprese 1</b>   | 3         |
| LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE |  | <b>laboratorio di montaggio 1</b>                       | 4  |           |
|   |  | <b>teamworking</b>                                      | 2  |           |
| <b>TOTALE CFU</b>   |  |   |  | <b>60</b> |

## **SCRIVERE PER IL CINEMA**

**Programma A.A. 2024-2025**

**Tipologia attività formativa:** DI BASE

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE LINGUISTICHE E LETTERARIE

**Settore disciplinare:** L-FIL-LET/10 LETTERATURA ITALIANA

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 108 ORE

**Nome del docente:** DAVIDE AICARDI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Coerentemente con il percorso lavorativo del docente, attivo in diversi ambiti, il corso propone un punto di vista che prevede di affrontare l'argomento "scrittura" analizzandolo attraverso i punti in comune tra i vari media e linguaggi: dal fumetto, al cinema, passando per l'animazione e la serialità e arrivando, appunto, alla scrittura per il cinema d'impresa). L'obiettivo è di fornire ai ragazzi i mezzi e gli strumenti per riuscire a scrivere una storia seguendo un percorso narrativo strutturato e completo che li supporti e accompagni dall'inizio fino alla conclusione, riuscendo a sostenerli nel raccontare non solo le situazioni presentate dalla trama ma anche i personaggi e il tema della narrazione. Dopo una prima parte teorica viene proposta un'esercitazione di editing, durante la quale gli studenti sono sia editor che autori e, infine, un'ultima esercitazione che riguarda la stesura della sceneggiatura

e pone il fuoco sui dialoghi. L'approccio non è mai accademico e le informazioni tendono a non arrivare dall'alto ma piuttosto da delle discussioni intavolate con la classe.

## **PROGRAMMA**

Il programma prevede, partendo dal percorso comune della sceneggiatura (una struttura per molti media), l'analisi di modelli e teorie, del personaggio, del dialogo, del subplot, dei trucchi narrativi, della serialità, del rapporto con l'editor, del linguaggio tecnico, dei generi, della formattazione, del tema, degli sbocchi professionali offerti dalla cross-medialità e due esercitazioni-laboratorio: editing e sceneggiatura e dialoghi.

## **Testi di riferimento**

Pur non essendovi testi di riferimento suggeriti per l'acquisto (le dispense vengono fornite dal docente), le informazioni vengono raccolte e rielaborate da titoli che, durante le lezioni, sono comunque citati e suggeriti agli studenti. Tra questi, i principali, sono:

- Scrivere (per) il cinema – Luca Aimeri (Utet)
- Il viaggio dell'eroe – Chris Vogler (Dino Audino Editore)
- La sceneggiatura – Syd Field (Lupetti)
- L'arco di trasformazione del personaggio - Dara Marks (Dino Audino Editore)
- In un batter d'occhi – Walter Murch (Lupetti)
- Gli archetipi dell'inconscio collettivo – Karl Gustav Jung (Bollati Boringhieri)
- Come scrivere una grande sceneggiatura – Linda Seger (Dino Audino Editore)
- Risolvere i problemi di sceneggiatura – Syd Field (Dino Audino Editore)

È inoltre obbligatoria la visione del film Mrs. Doubtfire in quanto ottimo e chiaro esempio dello sviluppo del fatal-flaw all'interno di una narrazione cinematografica. Altri titoli vengono citati e suggeriti durante l'anno a seconda delle discussioni e delle esigenze che si presentano durante le lezioni.

**Modalità di verifica:**

La valutazione avviene, alla fine del percorso, attraverso le due esercitazioni-laboratorio sopra indicate.

**Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Al termine del corso gli studenti raggiungono l'autonomia nella scrittura e nella presentazione delle loro storie sia sviluppate in autonomia che proposte dall'eventuale brief di un cliente o produttore.

## **STORIA E ANALISI DEL FILM 1**

**Programma A.A. 2024-2025**

**Tipologia attività formativa:** DI BASE

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE STORICHE

**Settore disciplinare:** M-STO/04 STORIA CONTEMPORANEA

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 30 ORE

**Nome del docente:** GIANCARLO ZAPPOLI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

L'obiettivo del corso è quello di accostare con metodo critico opere cinematografiche che fanno parte della storia del cinema collocandole nella temperie culturale e sociale dell'epoca in cui sono state pensate e realizzate. Il focus sarà sul cinema italiano del secondo dopoguerra e, in particolare, sugli autori che hanno segnato con un marchio indelebile, gli anni '60 periodo poco frequentato dagli allievi. L'approccio metodologico prevede una contestualizzazione da parte del docente a cui fa seguito la proiezione nel corso della quale gli allievi dovranno focalizzarsi su alcuni aspetti specifici del film per poi analizzarli insieme al docente.

### **PROGRAMMA**

Nell'ambito del corso si esploreranno periodi della storia del cinema, con particolare attenzione ad aspetti o periodi della produzione nazionale su cui, da un sondaggio preventivo, sarà emerso che gli allievi hanno particolari lacune. Fare memoria critica (nel senso positivo del termine) è uno dei compiti che un'istituzione prestigiosa come il Centro Sperimentale coltiva e sviluppa. Si proporranno quindi dei corsi monografici variabili, a seconda delle esigenze di cui sopra, che abbiano lo scopo di far conoscere movimenti, generi ed autori che stanno alla base della storia della settima arte. Troppo spesso le nuove generazioni danno per scontati o per già visti (anche se ciò non risponde al vero se non in parte) film che invece costituiscono le basi fondamentali anche del cinema contemporaneo. Poterli analizzare nelle loro componenti linguistiche, ponendo anche in luce l'importanza che hanno avuto nel momento in cui sono stati presentati nelle sale, potrà consentire di comprendere come nulla vada dato per scontato nell'evoluzione della cinematografia. Per quanto riguarda poi la storia del cinema italiano il comprendere il contesto storico in cui le opere sono nate permetterà agli allievi di valutare la loro importanza.

### **Testi di riferimento**

I film obbligatori saranno quelli presentati durante il corso. Da essi non si potrà prescindere nel corso della verifica.

### **Modalità di verifica:**

Al termine del corso gli studenti sceglieranno un film relativo al periodo della storia del cinema o all'autore oggetto del corso stesso (e non presentato durante le lezioni) e dovranno motivarne la scelta, contestualizzarne la realizzazione ed analizzarne la struttura sia sul piano del contenuto che su quello del linguaggio cinematografico.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Al termine del corso gli allievi dovranno aver acquisito la capacità di valutare un film del passato sapendolo collocare nel contesto in cui è stato realizzato e valutandolo non con i criteri che applicherebbero ad un film contemporaneo. Devono, cioè, dimostrare di aver compreso come si debba leggere un film o un autore comprendendo il valore che ha avuto nel periodo storico in cui è stato presentato o ha operato e quanto di quel valore sussista ancora nel presente e innervi il fare cinema che lo ha succeduto.

## **COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** DI BASE

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE SOCIOLOGICHE, PSICOLOGICHE E PEDAGOGICHE

**Settore disciplinare:** SPS/08 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E  
COMUNICATIVI

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 72 ORE

**Nome del docente:** FRANCESCO MONTELLA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Lo scopo del corso è formare l'individuo alla comprensione dei meccanismi che regolano la creazione di un film pubblicitario. La metodologia usata è mista e integra didattica frontale con lezioni teoriche, osservazione di "case history" di successo di pubblicità di marchi famosi e una parte pratica di esercitazioni guidate e laboratori di scrittura.

### **PROGRAMMA**

**BRIEF E STRATEGIA DI POSIZIONAMENTO:** Brief – info di prodotto come base di partenza delle idee; Strategia – Il posizionamento di un brand e il posizionamento di un prodotto. **DAL BRIEF AL FILM:** Sintesi, Task, Messaggio, Soggetto, Film; dal soggetto al film, senza

perdere la strada. CREARE E CAPIRE: LA SINTESI E LO SVILUPPO: Pratica della creatività. CREARE E CAPIRE - IL MINDSET CREATIVO: Ragionare creativamente; Metafora, analogia, consequenzialità. Un modo di pensare; «La recherche»: indagine attorno e dentro a un prodotto/servizio/brief. Stakeholder capitalism: il ruolo «sociale» dei brand; ESG - Environmental, Social, Governance. LAVORARE CON LA MODA: Strategie di comunicazione.

### **Testi di riferimento**

Il corso prevede la visione di film pubblicitari dal mercato internazionale in tutte le industry e i settori a titolo didattico.

### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale sulla base delle esercitazioni svolte durante il corso.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Capacità di comprendere un documento di committenza (brief)

Capacità di analizzare lo scenario della concorrenza in un dato segmento di mercato

Capacità di individuare una strategia di comunicazione e un concetto creativo

Capacità di scrivere una sceneggiatura per un Film pubblicitario

## **LABORATORIO DI ESTETICA DELL'IMMAGINE**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE CRITICHE, SEMIOLOGICHE E SOCIO-ANTROPOLOGICHE

**Settore disciplinare:** M-FIL/04 ESTETICA

**Numero di crediti attribuiti:** 6 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** SECONDO

**Durata:** 54 ORE

**Nome del docente:** LUCA ROBECCHI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

L'obiettivo principale del corso è quello di portare a conoscenza degli studenti l'importanza ed il valore della fotografia in bianco e nero, storico punto di partenza fondamentale di ogni attività fotografica e cinematografica.

L'assenza del colore consente ai partecipanti di concentrarsi in maniera assoluta sulla scala dei grigi e sulla qualità dell'illuminazione.

La difficoltà da superare sarà quindi quella di ottenere immagini di altissimo livello fotografico, senza l'aiuto della scala cromatica tradizionale.

## **PROGRAMMA**

La classe verrà divisa in tre gruppi, all'interno dei quali ogni elemento avrà una mansione specifica e dovrà mettersi al servizio del gruppo di appartenenza.

La preparazione ai giorni che vedranno impegnati i ragazzi alla prova finale, prevede la stesura di una mini racconto che dovrà essere realizzato nei tempi previsti.

La scrittura di un trattamento tecnico/artistico e l'organizzazione dei tre gruppi di lavoro, li introdurrà in maniera profonda al concetto di realizzazione completa del progetto.

## **Testi di riferimento**

Facoltativo: A. Feininger, Il libro della fotografia.

## **Modalità di verifica**

La valutazione finale dei singoli studenti sarà in itinere e terrà conto di questi elementi fondamentali:

- ☐ Puntualità e frequenza del corso
- ☐ Attenzione e partecipazione
- ☐ Capacità di lavorare in gruppo e risolvere i problemi
- ☐ Conoscenza tecnica dei mezzi messi a disposizione ed il loro corretto utilizzo
- ☐ Personale risorsa creativa applicata alla didattica svolta

## **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Al termine del corso ogni studente dovrebbe aver acquisito le competenze necessarie per un lavoro autonomo, una buona conoscenza delle basi di illuminazione e una padronanza della camera e dei suoi accessori.

Lo scopo finale è quello di fornire ai docenti di regia un gruppo che possa dedicarsi alla realizzazione di esercitazioni più complesse.

## **STORIA DELLA PUBBLICITA 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE STORICO - ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/03 STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** SECONDO

**Durata:** 24 ORE

**Nome del docente:** EMMANUEL GROSSI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Visione, analisi e commento (alternando didattica frontale a dibattito in aula) di un'ampia selezione di short pubblicitari italiani realizzati fra gli anni Cinquanta del Novecento e gli anni Duemila e tratti dall'Archivio Generale Audiovisivo della Pubblicità Italiana (il più grande archivio storico d'Italia e uno dei maggiori al mondo espressamente dedicato alla pubblicità cinetelevisiva, fondato e diretto dal docente), al fine di far acquisire e assimilare ai discenti un bagaglio quanto più possibile vasto sia dal punto di vista storico-culturale, sia da quello filmico-narrativo. Ciò rappresenterà uno strumento prezioso per i discenti nel prosieguo della loro attività professionale, sia come spunto e supporto per l'elaborazione di nuove campagne pubblicitarie, sia nel potersi rapportare con competenza e cognizione di causa – anche in

un'ottica storica – con le committenze future e il mondo della comunicazione e dell'industria globalmente intesi.

## **PROGRAMMA**

In questo primo modulo i commercial portati in visione ai discenti e sottoposti ad analisi sono enucleati sulla base di criteri tecnico-formali-narrativi: l'animazione, tradizionale e in stop motion; le riprese dal vero; l'utilizzo dei testimonial; i rapporti con la musica, la grafica e altre discipline artistiche; le interconnessioni fra pubblicità e cinema nell'ambito della regia, della direzione degli attori, della direzione della fotografia, della scrittura per il mezzo audiovisivo, della scenografia, del costume, del montaggio e dell'effettistica, dell'utilizzo creativo del repertorio, ecc.

### **Testi di riferimento**

A supporto del corso saranno consegnate ai discenti alcune dispense, scritte dal docente stesso e derivate da sue precedenti pubblicazioni di taglio storico-pubblicitario.

### **Modalità di verifica:**

Saranno effettuate valutazioni in itinere, sia sotto forma di verifica orale dei temi introdotti ed enucleati durante il corso, sia commissionando ricerche apposite di commercial presso le banche dati disponibili sul Web.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Conoscenza per sommi capi dell'evoluzione della pubblicità audiovisiva nella seconda metà del Novecento, di pari passo allo sviluppo del mezzo televisivo e cinematografico.

Conoscenza e capacità di identificazione delle caratteristiche distintive di una pubblicità destinata al circuito televisivo (caroselli e telecomunicati brevi) e di una destinata a quello cinematografico (film colore cinema), limitatamente alle epoche in cui i mezzi procedevano su binari paralleli e mutuamente indipendenti.

Capacità di identificare all'interno di un commercial di qualsiasi epoca tratti e caratteristiche distintivi e che si mantengono inalterati nel tempo, quali la centralità (o meno) del prodotto, il posizionamento, la brand identity ecc.

Capacità di riproporre, con i mezzi tecnici, i linguaggi e i media attuali, elementi, strategie di comunicazione e soluzioni filmiche e narrative già felicemente sperimentate nei decenni precedenti, traendo esperienza da essi e reinventandoli creativamente.

## **DIREZIONE ATTORI E CASTING 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/05 DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 69 ORE

**Nome del docente:** BARBARA ENRICHİ. ATTRICE PREMIO DAVID DI DONATELLO;  
INSEGNANTE DI RECITAZIONE CINEMATOGRAFICA.

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Lo scopo delle lezioni sulla materia DIREZIONE ATTORI è di allenamento alla direzione degli attori e delle attrici, con esercitazioni propedeutiche al set, per sperimentare e individuare un linguaggio efficace per raggiungere il conseguimento degli obiettivi di verità recitativa, intensità delle emozioni degli attori, con soddisfazione reciproca e collaborazione creativa. La metodologia adottata è con lezioni frontali di preparazione in aula, esercitazioni guidate e laboratori pratici con attori in presenza in teatro di posa.

### **PROGRAMMA**

## METODI, SCUOLE e ACCADEMIE, CURRICULUM VITAE

Introduzione dei vari Metodi di recitazione riconosciuti a livello internazionale (con esempi di esercizi sulla memoria sensoriale e memoria affettiva). Introduzione delle Scuole e Accademie di recitazione più prestigiose e formatori internazionali. Consultazione del data base attori CSC per valutazione della formazione attoriale.

DIREZIONE con una COPPIA di ATTORI. Lezioni teoriche su: Il provino cinematografico su parte, scelta degli stralci, scelta degli attori. Il valore del linguaggio appropriato di collaborazione tra regista e attore. Esercitazione pratica: Dirigere una coppia di attori in presenza: lettura a tavolino della scena, analisi del personaggio, prove in piedi, riprese della scena. Revisione, considerazioni e critica del girato.

CORSO di RECITAZIONE CINEMATOGRAFICA. Gli allievi registi proveranno a mettersi nei panni degli attori e a recitare scene tratte da film sotto la supervisione della docente. Inoltre, gli allievi registi dirigeranno i loro colleghi esercitandosi nel contempo con la direzione.

DIREZIONE ATTORI su MOVIMENTO/AZIONI. Lezioni di preparazione, assegnazione scene e piano di lavoro. Esercitazione pratica di direzione con un gruppo di attori e attrici in presenza su scene di movimento, azioni ed espressività. Riprese delle scene. Revisione, considerazioni e critica del girato.

DIREZIONE ATTORI su COMMEDIA. Lezioni di preparazione: assegnazione scene e piano di lavoro. Considerazioni sugli elementi della commedia: scrittura, ritmo, pause e tempi comici, caratterizzazione degli stereotipi, paradosso, contrasto tra personaggi, ironia e sarcasmo. Esercitazione pratica di direzione di attori e attrici in presenza, su scene di commedie brillanti. Riprese delle scene. Revisione, considerazioni e critica del girato.

### **Testi di riferimento**

Film, attori/attrici e registi/e citati durante la preparazione e la realizzazione dei progetti di Direzione Attori.

**Modalità di verifica:**

La modalità di verifica è una valutazione sull'attenzione e la partecipazione dell'allievo alle lezioni di preparazione; sulla capacità di dirigere gli attori; sulla capacità di usare un linguaggio efficace con gli attori e collaboratori; sull'impegno durante l'esercitazione; sulla presenza su ogni set; sulla realizzazione del progetto completo e inviato agli attori.

**Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Le competenze acquisite durante i moduli di Direzione Attori hanno come obiettivo: la valutazione della formazione degli attori; conoscere il mondo degli attori; capire come preparare un provino su parte; analizzare la scena e il personaggio; imparare il linguaggio appropriato di collaborazione tra regista e attore; dirigere gli attori e le attrici; capire le problematiche nella direzione degli attori e studiarne le risoluzioni; ottenere la migliori performance recitative dagli attori; imparare a gestire gli attori nello spazio scenico riconducibile ad un set cinematografico; stimolare la creatività e la fantasia.

/

## **PRODUZIONE 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 60 ORE

**Nome del docente:** PAOLO PELIZZA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Rendere gli studenti consapevoli di come funziona la “macchina cinema” in generale e quella della produzione pubblicitaria.

### **PROGRAMMA**

Il programma consta in: il *marketing*, le fasi della produzione cinematografica e pubblicitaria, i ruoli del *set* e conseguente inquadramento delle varie figure di lavoratori e professionisti, il *workflow* della produzione di cinema e *commercial*, i costi e le differenze tra quelli per la pubblicità, la televisione e il cinema, *branded content*, le regole amministrative e fiscali, la

sicurezza sul lavoro generica e specifica secondo il D.Lgs 81/08, l'organizzazione delle lavorazioni, il *budget* e il *cash flow*, l'utilizzo dei *software* diffusi a livello mondiale Moviemagic Scheduling e Budgeting, assicurazioni del cinema.

### **Testi di riferimento**

### **Modalità di verifica:**

Esame scritto + orale.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

La capacità di organizzare un lavoro nei tempi corretti e di quotarlo correttamente, la sensibilità necessaria per lavorare in gruppo e per obiettivi.

/

## **INTRODUZIONE ALLA REGIA**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 6 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 117 ORE

**Nome del docente:** TOMMASO BERNABEI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

L'obiettivo è far sì che gli studenti escano da primo anno con una competenza della regia di base completa in tutti i suoi aspetti. Comprensione del testo, sintassi e semantica cinematografica, narrativa, spoglio e preparazione della scena, messa in scena, direzione degli attori, costruzione della sequenza in base al racconto scelto. Corretto comportamento sul set e collaborazione con la troupe.

Nelle prime lezioni frontali si affrontano il lessico cinematografico sia di set che narrativo, spiegando le regole di base e insegnando a differenziare il lavoro del regista da quello del videomaker. Linguistica dei piani e campi, analisi della sceneggiatura, spoglio della sceneggiatura, scelta dei piani e campi, uso delle focali.

Dallo spoglio si passa alla messa in scena in teatro di posa con due esercitazioni senza MdP. Si passa poi alle esercitazioni con MdP e la scelta dei punti macchina in base alla messa in scena suddivise nei seguenti modi: Dialogo frontale, dialogo laterale, dialogo di spalle. A seguire una lezione frontale sul movimento di macchina e una sul piano sequenza.

Due lezioni pratiche di Direzione degli attori.

Quindi una serie di tre esercitazioni sul compendio del lavoro fatto fino a quel momento, partendo da sceneggiature non originali.

Si conclude con tre esercitazioni basate sullo stesso script a tre personaggi, girate con ciascuno dei tre alternatamente come protagonista.

## **PROGRAMMA**

Linguaggio cinematografico e significato visivo.

Comprensione e analisi del testo drammaturgico.

Il piano regia: introduzione ai concetti chiave del lavoro del regista.

La scelta delle focali.

La messa in scena e la direzione degli attori.

Esercitazione su dialogo.

Esercitazione di direzione attori.

Il movimento di macchina

Il piano sequenza.

La ricerca visiva, Il punto di vista.

Esercitazione sul Punto di Vista (non come "Soggettiva" ma come racconto di un personaggio specifico).

## **Testi di riferimento**

Esempi estrapolati da cortometraggi, film e serie.

Due liste di film obbligatori che verranno consegnate dal docente.

### **Modalità di verifica**

La valutazione si baserà su quattro criteri fondamentali:

- 1- La consegna dei progetti.
- 2- La qualità dei progetti consegnati.
- 3- La qualità del lavoro e comportamento sul set.
- 4- La partecipazione alle classi e alle esercitazioni.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Alla fine del corso, gli studenti sono in grado di tradurre una qualsiasi scena in una sequenza narrativa di senso narrativo comprensibile, valore estetico e cinematografico; come dirigere gli attori in modo efficace e veloce; sapere come ci si muove e comporta su un set cinematografico.

/

## **FOTOGRAFIA 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 6 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 108 ORE

**Nome del docente:** LUCA ROBECCHI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Obiettivo principale del corso di Fotografia è quello di portare a conoscenza degli allievi quali siano le regole tecniche e artistiche che sono di competenza del lavoro del Direttore della Fotografia.

Questo percorso sarà costituito da una breve serie di lezioni teoriche in aula e successivamente da un intenso lavoro pratico in teatro di posa, dove verranno messe in pratica tutte le nozioni e gli argomenti affrontati.

L'esperienza manuale e non teorica è il metodo migliore per rendere gli allievi operativi mentre assimilano nozioni fondamentali.

Lo scopo finale di questo programma è di formare allievi che già dall'anno successivo siano in grado di gestire autonomamente le esercitazioni comuni che si terranno con i docenti di regia.

## **PROGRAMMA**

Prove dei sistemi di utilizzo dei vari corpi illuminanti. Prove di utilizzo di diffusori come frost, pannelli di polistirolo, farfalle. Studio della differenza tra luce diretta e luce diffusa. Prove di utilizzo delle gelatine di conversione per la comprensione delle differenze tra luce tungsteno e daylight; contemporaneamente, verifica delle prove stesse tramite la differente taratura della temperatura colore della camera. Prove di alcune varianti con gelatine colorate.

La macchina a mano. Studio e prove di ritratto. Esercitazione di still life. La composizione del pack shot pubblicitario. La ripresa di liquidi, fluidi. Come illuminare un ambiente. Riprese in esterni: la gestione dell'illuminazione diurna, sfruttando solo la luce daylight, mantenendo la continuità fotografica. Riprese serali: comprensione ed esperienza della luce a cavallo o magic hour con prove filmate.

## **Testi di riferimento**

Facoltativo: A. Feininger, Il libro della fotografia.

## **Modalità di verifica:**

La valutazione del lavoro di ogni singolo studente avverrà in itinere, attraverso una attenta e precisa somma di valutazioni singole dei vari argomenti trattati nel programma.

## **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Indipendenza tecnica e artistica.

Responsabilità del lavoro singolo e di gruppo.

Visione del sistema produttivo del lavoro in teatro di posa.

Capacità di analisi delle difficoltà reali di ogni singolo progetto e conseguente pianificazione del lavoro.

## **PRASSI E SINTASSI DELLA REGIA PUBBLICITARIA 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTE

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 6 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 132 ORE

**Nome del docente:** FABIO ILACQUA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Attraverso lezioni frontali ed esercitazioni pratiche in aula e teatro di posa, il corso ha l'obiettivo di:

- ❑ illustrare e definire l'ordine di competenze e di responsabilità del regista di commerciali o branded-content e il suo ruolo artistico/tecnico nel workflow fra cliente, agenzia e casa di produzione
- ❑ acquisire le capacità di analizzare uno *story-board* o uno script d'agenzia e realizzare uno *shooting-board* coerente tanto in termini di obiettivi di comunicazione quanto di budget assegnato

- ② imparare e organizzare la sintassi del linguaggio cinematografico nelle regole dei suoi *piani e campi*
- ② preparare e gestire un *PPM - Pre Production Meeting*
- ② organizzare i set col DOP e coi reparti di produzione, in modo che tutti gli studenti cambino ruolo ad ognuna delle esercitazioni e sperimentino tutti i ruoli dei reparti essenziali ( Regia / Direzione di produzione / 1 AD / DOP / Suono / Scenografia / Costumi / Trucco / Elettricista / Macchinista / DIT, principalmente)
- ② preparare un *PDL – Piano di Lavorazione* in accordo coi tempi di lavorazione assegnati

## **PROGRAMMA**

Il corso prevede una prima parte propedeutica di didattica frontale, alla quale fanno seguito esercitazioni pratiche con elaborazione di script, di fogli excel, moodboard e animatic.

L'ultima parte del corso prevede lo shooting e il montaggio offline di filmati di prova, definiti ***StressTest Tempo*** e ***StressTest P&C*** di durata compresa fra i 30 e i 120 secondi.

### **Testi di riferimento**

Steven D. Katz – **Shot by Shot** (volume 1 & 2)

Walter Murch – **In the Blink of an Eye**

### **Modalità di verifica:**

Gli studenti vengono valutati durante l'intero corso durante le varie attività, ma in modo particolare durante la realizzazione dei filmati individuali e in team, e infine durante una ***classe critica*** di valutazione conclusiva dei filmati realizzati, secondo questi parametri:

- ② competenze registiche e creative 10 di 30/30

❓ competenze tecniche e organizzative 10 di 30/30

❓ attitudine al teamwork, puntualità e affidabilità negli incarichi 10 di 30/30

### **Valutazione**

La somma della valutazione dei tre parametri indicati esprime la valutazione complessiva dello studente in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

❓ analisi del briefing, ideazione e fattibilità, calcolo di ottimizzazione del budget di un prodotto audiovisivo (I)

❓ visualizzazione e realizzazione dei materiali di presentazione del progetto e dello shootingboard

❓ organizzazione del set (I)

❓ gestione dello shooting (I)

❓ edit dell'offline

## **TEORIA E TECNICA DEL MONTAGGIO 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTE

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 60 ORE

**Nome del docente:** MASSIMO GERMOGLIO

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Lo scopo del corso è quello di insegnare agli studenti la grammatica cinematografica, il linguaggio e le tecniche usate nel montaggio pubblicitario e cinematografico.

In coordinamento con l'insegnamento di regia, il Docente seguirà come Tutor, le esercitazioni di Introduzione alla Regia "Dialogo" e "Punto di Vista", insegnando agli studenti come organizzare un progetto, i principi e le tecniche per selezionare il materiale ed infine il montaggio.

### **PROGRAMMA**

Linguaggio e Tecniche di montaggio con verifica finale (cinque giornate).

Insegnamento dell'organizzazione di un montaggio. Verifica progetto e preparazione del materiale girato, in coordinamento con le esercitazioni di "Introduzione alla Regia" previste nella prima annualità.

### **Testi di riferimento**

Libri da consultare indicati dal Docente.

Elenco film da visionare indicati durante il corso.

### **Modalità di verifica:**

La prima verifica è sulla base della presenza alle lezioni.

Alla fine del corso "Linguaggio e Tecniche di montaggio" gli studenti sosterranno un esame scritto sulla base di venti domande.

La seconda valutazione sarà sulle esercitazioni di montaggio sviluppate in coordinamento con il docente di Introduzione alla Regia.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Alla fine dell'anno accademico, gli studenti avranno acquisito nozione sulla grammatica, il linguaggio e le tecniche usate nel montaggio pubblicitario e cinematografico, le nozioni basi per l'organizzazione di un progetto, i principi e le tecniche per selezionare il materiale, utili per la realizzazione del montaggio.

/

## **SUONO-PRESA DIRETTA**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTE

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 18 ORE D'AULA E TUTORAGGIO SULLE ESERCITAZIONI DI REGIA

**Nome del docente:** SANDRO BROGGINI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Scopo del corso è l'introduzione alla presa diretta audio; elementi di teoria elettrica, elettronica e acustica, conoscenza delle apparecchiature e delle metodologie atte alla ripresa sonora, nonché esercitazioni pratiche sull'utilizzo delle apparecchiature, delle tecniche di ripresa e di microfonazione degli attori.

### **PROGRAMMA**

Lezioni di teoria e funzionamento apparecchiature analogiche e digitali, sistemi di microfonazione via cavo, gestione del workflow audio nel processo di realizzazione di un audiovisivo, tipologia dei formati audio, il timecode, i sistemi di trasmissione audio in radiofrequenza.

Addestramento pratico all'utilizzo del Boom e alle tecniche di microfonazione degli attori con utilizzo di microfoni in miniatura indossabili.

Prove pratiche di utilizzo di recorder multitraccia, trasmettitori e ricevitori radio.

### **Testi di riferimento**

### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale sulla base delle esercitazioni svolte.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Capacità di eseguire riprese audio sincronizzate al video in totale autonomia, rispetto del corretto workflow dei dati acquisiti.

## **CONTINUITA' E ORGANIZZAZIONE DELLE RIPRESE 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Ambito disciplinare:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 30 ORE

**Nome del docente:** MIGUEL LOMBARDI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Oggetto della prima annualità è la Continuità. Il corso intende mostrare le molteplici vie grazie alle quali gli autori possono liberamente scegliere come raccontare alcune scene o interi film, partendo dai due estremi della continuità e della discontinuità. Le "leggi" della continuità rappresentano un riferimento imprescindibile, una competenza da padroneggiare anche solo per decidere di trasgredirle. Una volta apprese tutte le regole, in un istante si può decidere di metterle da parte a favore di una scena migliore o di una inquadratura più emozionante.

### **PROGRAMMA**

- 1 Cronologia della storia e del racconto e continuità temporale.

- ❓ Raccordi e montaggio a priori.
- ❓ Attacchi continui.
- ❓ Regola degli assi e salto di campo.
- ❓ Raccordi di direzione del movimento.
- ❓ Raccordi di sguardo.
- ❓ Tecniche per il corretto scavalco di campo.
- ❓ Geografia dell'ambiente.
- ❓ Raccordi di composizione.
- ❓ Attacco sul movimento.
- ❓ Raccordi tra scene o tra sequenze.
- ❓ Attacchi discontinui.
- ❓ Raccordi per il suono.
- ❓ Giocare con lo spazio e con il tempo.
- ❓ Ritmo.
- ❓ Raccordi di scena.
- ❓ Lavoro sul set. Regista e segretaria di edizione.
- ❓ Continuità in televisione, nei documentari e in pubblicità.

### **Testi di riferimento**

#### Bibliografia essenziale

M. Lombardi, F\* the continuity, Dino Audino

#### Bibliografia consigliata

W. Murch, In un batter d'occhi, Lindau

D. Bordwell, K. Thompson, Cinema come arte. Teoria e prassi del film, Il Castoro

S. Nykvist, Nel rispetto della luce, Linda

#### Filmografia essenziale

Se mi lasci ti cancello. M. Gondry

In the mood for love. W. Kar-wai

Filmografia consigliata

Il capitale umano. P. Virzì

ZeroZeroZero. Ep 1+2. S. Sollima

**Modalità di verifica:**

Valutazione finale sulla base della frequenza, degli interventi in classe e del percorso didattico svolto.

**Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Acquisizione delle principali tecniche relative alla continuità cinematografica sia per la ripresa sia per il montaggio.

/

## **LABORATORIO DI MONTAGGIO 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 60 ORE

**Nome del docente:** RITA ROSSI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Il laboratorio prevede l'integrazione tra l'analisi teorica e l'attività pratica di montaggio. Il fine ultimo è la realizzazione da parte dello studente di vari progetti proposti dalla docenza di regia della prima annualità.

### **PROGRAMMA**

Montaggio per la creazione di una forma.

Organizzazione del materiale delle riprese.

Dare "senso" e ritmo di montaggio: tagli, uso di transizioni, etc.

Sincronizzazione del suono girato in presa diretta. L'inserimento della colonna sonora.  
Suoni, rumori, musiche.

### **TESTI DI RIFERIMENTO**

D. Cassani, Manuale del montaggio, *Tecnica dell'editing nella comunicazione cinematografica e audiovisiva*, Milano, Hoepli, 2013.

S. Masi, *Nel buio della moviola – Introduzione alla storia del montaggio*, Lanterna Magica (riedizione).

K. Dancyger, *Dal cinema muto alla pubblicità* (Vol. 1 e 2), Audino Editore.

### **MODALITÀ DI VERIFICA**

Finalizzazione e consegna del progetto realizzato nei tempi e nelle modalità stabilite.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Lo studente acquisisce adeguate conoscenze e competenze tecniche relative ai processi di montaggio (ritmo, contenuti narrativi, stile, ottimizzazione e consegna conclusiva).

/

## **TEAMWORKING**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 1°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 12 ORE FRONTALI E SUCCESSIVI COLLOQUI INDIVIDUALI RIPETUTI DURANTE L'ANNO DI CORSO.

**Nome del docente:** MARCO ALBERTO DONADONI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Aiutare gli studenti a capire il senso e il valore di un gruppo di lavoro nelle sue componenti essenziali di team building, leadership, change management, orientamento all'obiettivo, comunicazione e gestione dei conflitti, time e project management.

Il tutto attraverso modalità alternate fra docenza frontale e attività esperienziale secondo le teorie di Kolb, Tuckman, Gantt e Watzlawick.

Durante i colloqui individuali si lavora sulla base delle metodologie classiche del coaching: analisi del qui e ora, visione del futuro, scelta individuale dei comportamenti utili al suo raggiungimento, motivazione.

## **PROGRAMMA**

Quattro sessioni inevitabilmente interconnesse fra loro, ma che per focus dedicato si sviluppano in:

- ☐ 3 ore dedicate al team come ambiente di lavoro,
- ☐ 3 ore dedicate alla comunicazione,
- ☐ 3 ore alla gestione dei conflitti,
- ☐ 3 ore dedicate alla leadership e al project management.

Per ciascuna sessione le attività alternano lezioni frontali, sperimentazione ludico-didattica, debriefing e impegno personale di orientamento al futuro lavorativo.

Quattro sessioni di coaching individuali di circa mezz'ora ciascuna, in presenza o da remoto, in cui identificare potenzialità e resistenze relativamente alle skill su cui si è lavorato in aula comune e sviluppare un progetto di crescita personale.

## **Testi di riferimento**

Testi facoltativi e suggeriti:

P. Watzlawick, J.H. Beavin, D.D. Jackson, *Pragmatica della comunicazione umana*,

Astroabio

Roger Fisher, William Ury, Bruce Patton, *l'Arte del negoziato*, Corbaccio

*J. Kotter, Il nostro iceberg si sta sciogliendo, Sperling & Kupfer*

*Sun Tsu, L'arte della guerra, Feltrinelli*

*N.N. Taleb, Il cigno nero, Il Saggiatorie*

*A. Testa, La trama lucente, Garzanti*

*Più tutte le slide delle sessioni d'aula*

**Modalità di verifica:**

Valutazione in itinere assegnata in base alla presenza e partecipazione alle sessioni d'aula e ai colloqui individuali

**Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Capacità di: lavorare all'interno di un gruppo di lavoro, definire gli obiettivi propri e del team, gestire un modello di progettazione sia dal punto di vista della relazione che da quello della gestione delle risorse. E più in generale capacità di affrontare un mondo del lavoro in costante e imprevedibile cambiamento.

**2° anno**

| ATTIVITA' FORMATIVE   | AMBITI DISCIPLINARI  | SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI                        | MODULI DIDATTICI                 | CFU       |
|---|--|---|----------------------------------|-----------|
| DI BASE   | DISCIPLINE LINGUISTICHE E LETTERARIE                                   | L-FIL - LET/11 LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA       | strutture narrative              | 4         |
|   | DISCIPLINE STORICHE  | M-STO/04 STORIA CONTEMPORANEA                           | storia e analisi del film 2      | 4         |
|   | DISCIPLINE SOCIOLOGICHE, PSICOLOGICHE E PEDAGOGICHE                    | SPS/08 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E COMUNICATIVI | comunicazione pubblicitaria 2    | 4         |
| CARATTERIZZANTI   | DISCIPLINE STORICO - ARTISTICHE  | L-ART/03 STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA                 | storia della pubblicità 2        | 2         |
|   | DISCIPLINE LINGUISTICHE  | L-LIN/12 LINGUA E TRADUZIONE -LINGUA INGLESE            | lingua inglese                   | 3         |
|   | MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE PRODUZIONI ARTISTICHE | L-ART/05 DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO                    | direzione attori e casting 2     | 4         |
|   |  | L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE               | produzione 2                     | 3         |
|   |  |   | teoria e tecnica del montaggio 2 | 3         |
|   |  |   | regia della pubblicità           | 10        |
| ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE                            | INF/01 INFORMATICA   | color grading e color correction 1                      | 4                                |           |
|   |  | post produzione audio 1                                 | 4                                |           |
|   | L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE                              | continuità e organizzazione delle riprese 2             | 3                                |           |
| LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE |  |   | laboratorio di montaggio 2       | 3         |
|   |  |   | laboratorio di fotografia        | 3         |
|   |  |   | laboratorio di regia "budget" 1  | 6         |
| <b>TOTALE CFU</b>   |  |   |                                  | <b>60</b> |

## STRUTTURE NARRATIVE

**Programma A.A. 2024/2025**

**Settore disciplinare:** *L-FIL - LET/11 LETTERATURA ITALIANA CONTEMPORANEA*

**Ambito disciplinare:** *DISCIPLINE LINGUISTICHE E LETTERARIE*

**Tipologia attività formativa:** *DI BASE*

**Numero di crediti attribuiti:** *4 CFU*

**Corso di I livello in:** *Pubblicità e Cinema d'Impresa*

**Anno di corso:** *2°*

**Semestre:** *SEMESTRALE*

**Durata:** *45 ore*

**Nome del docente:** *Fabrizio NOTARI*

**Prerequisiti:** *se esistenti, altrimenti lasciare vuoto*

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

*Attraverso l'analisi di case-histories, verrà approfondito il lavoro del regista pubblicitario nel delicato passaggio della costruzione di una narrazione per immagini, partendo dall'idea creativa fino alla fase di pre-produzione, nel rispetto dei vincoli creativi e produttivi dati.*

### **PROGRAMMA**

*Come costruire una narrazione per immagini in pubblicità, nel passaggio dall'idea creativa alla shooting list, nel rispetto dei vincoli produttivo-organizzativi e di budget. Esercitazioni sulla base di briefing assegnati.*

**Testi di riferimento:**

*//*

**Modalità di verifica:**

*Valutazione finale sulla base delle esercitazioni assegnate dal docente durante il corso.*

**Valutazione**

*Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.*

**Competenze acquisite**

*Acquisizione di strumenti e metodologie di lavoro per poter comprendere un briefing pubblicitario e costruire una adeguata proposta di regia e di pianificazione del set.*

## **STORIA E ANALISI DEL FILM 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** DI BASE

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE STORICHE

**Settore disciplinare:** M-STO/04 STORIA CONTEMPORANEA

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** SECONDO

**Durata:** 30 ORE

**Nome del docente:** GIANCARLO ZAPPOLI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Obiettivo del corso è far conoscere agli studenti l'evoluzione della storia del cinema a partire dalle sue origini mostrando loro, con un'ampia selezione di scene e sequenze, come ogni scoperta, sia sul piano tecnico che su quello linguistico, abbia costituito un processo di autoapprendimento da parte di registi, attori e maestranze che ha sviluppato l'evoluzione dell'espressione artistica. Si prevede un utilizzo della didattica frontale che, grazie al costante utilizzo di materiale filmico, consenta alla classe di fare rilievi e porre quesiti.

### **PROGRAMMA**

Il corso prevede un percorso che, partendo dalle macchine del precinema, accompagna gli studenti nella storia del cinema fino a giungere alla contemporaneità. Dai Lumière a Tarantino, dando però un maggiore spazio al cinema del passato che è presumibilmente meno noto, si vedranno le progressive scoperte linguistiche verificando come la sintassi cinematografica si sia andata formando film dopo film grazie all'opera dei Maestri ma anche a scoperte talvolta casuali. Si metteranno in luce i più rilevanti momenti di passaggio: dall'inquadratura unica e fissa ai movimenti di macchina e al montaggio; dal muto al sonoro, dal bianco e nero al colore ecc. Si porrà l'accento sulla nascita dei generi e anche sul successivo loro superamento riferendosi alla cinematografia mondiale senza però mai dimenticare il cinema italiano.

A complemento del corso due lezioni verranno dedicate alle dinamiche delle premiazioni all'Oscar e alla selezione dei Festival di Venezia e Cannes. Ciò consentirà agli studenti di verificare come si giunga, nel primo caso, alla selezione delle cinque e come il premio al miglior film spesso tenga conto della temperie culturale del momento più che del valore intrinseco dell'opera. Nel secondo permetterà loro di valutare quali siano gli elementi che maggiormente influiscono sulle selezioni e sui contenuti delle varie sezioni.

### **Testi di riferimento**

Testo facoltativo: "Nuova storia del cinema" a cura di Beatrice Fiorentino edito da Hoepli nel 2023.

### **Modalità di verifica:**

Presentazione di un'opera che abbia vinto l'Oscar come miglior film (oppure il Leone d'Oro o la Palma d'Oro) motivandone la scelta, contestualizzandone la realizzazione e analizzandone gli elementi costitutivi.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Al termine del corso gli allievi dovranno avere acquisito competenze di carattere storico e linguistico in relazione alle varie fasi della storia del cinema che consentano loro di collocare opere realizzate nel passato nella giusta prospettiva utilizzando quindi gli strumenti culturali corretti.

/

## **COMUNICAZIONE PUBBLICITARIA 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** DI BASE

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE SOCIOLOGICHE, PSICOLOGICHE E PEDAGOGICHE

**Settore disciplinare:** SPS/08 SOCIOLOGIA DEI PROCESSI CULTURALI E  
COMUNICATIVI

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 51 ORE

**Nome del docente:** FRANCESCO MONTELLA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Lo scopo del corso è completare il quadro formativo del professionista sulla comunicazione d'impresa, estendo le sue conoscenze nei nuovi campi di applicazione e nuovi formati comunicativi dovuti all'avvento della digital transformation. La metodologia usata è mista e integra didattica frontale con lezioni teoriche, osservazione di "case history" di successo di pubblicità di marchi famosi e una parte pratica di esercitazioni guidate e laboratori di scrittura.

### **PROGRAMMA**

Brief per verificare il livello di apprendimento. Nuovi format: Branded content, miniserie, mokumentary e altro, Blockbuster - un evento che apre ai contenuti. Presentare e vendere: costruire una presentazione.

### **Testi di riferimento**

Il corso prevede la visione di film pubblicitari dal mercato internazionale in tutte le industry e i settori a titolo didattico.

### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale sulla base delle esercitazioni svolte durante il corso.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Capacità di comprendere un documento di committenza (brief)

Capacità di analizzare lo scenario della concorrenza in un dato segmento di mercato

Capacità di individuare una strategia di comunicazione e un concetto creativo

Capacità di scrivere una sceneggiatura per un Film pubblicitario

Capacità di creare e scrivere un progetto di branded content

Capacità di confezionare un progetto phigital, dal quale ricavare contenuti, un piano editoriale sociale/o una miniserie web

## **STORIA DELLA PUBBLICITA 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE STORICO - ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/03 STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** SECONDO

**Durata:** 18 ORE

**Nome del docente:** EMMANUEL GROSSI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Visione, analisi e commento (alternando didattica frontale a dibattito in aula) di un'ampia selezione di short pubblicitari italiani realizzati fra gli anni Cinquanta del Novecento e gli anni Duemila e tratti dall'Archivio Generale Audiovisivo della Pubblicità Italiana (il più grande archivio storico d'Italia e uno dei maggiori al mondo espressamente dedicato alla pubblicità cinetelevisiva, fondato e diretto dal docente), al fine di far acquisire e assimilare ai discenti un bagaglio quanto più possibile vasto sia dal punto di vista storico-culturale, sia da quello pubblicitario-merceologico. Ciò rappresenterà uno strumento prezioso per i discenti nel prosieguo della loro attività professionale, sia come spunto e supporto per l'elaborazione di nuove campagne pubblicitarie, sia nel potersi rapportare con competenza e cognizione di

causa – anche in un’ottica storica – con le committenze future e il mondo della comunicazione e dell’industria globalmente intesi.

## **PROGRAMMA**

In questo secondo modulo i commercial portati in visione ai discenti e sottoposti ad analisi sono enucleati su base merceologica: sarà preso in considerazione lo sviluppo nel corso del tempo della comunicazione delle varie divisioni merceologiche o di singoli prodotti specifici, identificando differenze e tratti comuni che si ripetono nel tempo seppur sotto diversa specie, sia dal punto di vista contenutistico e strategico, sia per quanto concerne il trattamento filmico (con particolare attenzione al table top, al beauty, al fashion e al luxury).

### **Testi di riferimento**

A supporto del corso saranno consegnate ai discenti alcune dispense, scritte dal docente stesso e derivate da sue precedenti pubblicazioni di taglio storico-pubblicitario.

### **Modalità di verifica:**

Saranno effettuate valutazioni in itinere, sia sotto forma di verifica orale dei temi introdotti ed enucleati durante il corso, sia commissionando ricerche apposite di commercial presso le banche dati disponibili sul Web.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Capacità di identificare all’interno di un commercial di qualsiasi epoca tratti e caratteristiche distintivi e che si mantengono inalterati nel tempo, quali la centralità (o meno) del prodotto, il

posizionamento, la brand identity ecc. in abbinamento alle esigenze creative e strategiche richieste dalla specifica categoria merceologica.

Capacità di identificare il tipo di trattamento filmico più adatto a veicolare determinati messaggi legati all'identità e alla tipologia del prodotto da reclamizzare, sulla base di una strategia creativa data.

Capacità di riproporre, con i mezzi tecnici, i linguaggi e i media attuali, elementi, strategie di comunicazione e soluzioni filmiche e narrative già felicemente sperimentate nei decenni precedenti, traendo esperienza da essi e reinventandoli creativamente.

/

## **LINGUA INGLESE**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** DISCIPLINE LINGUISTICHE

**Settore disciplinare:** L-LIN/12 LINGUA E TRADUZIONE - LINGUA INGLESE

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** SECONDO

**Durata:** 18 ORE

**Nome del docente:** ADRIENNE SCHAFFER

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Come usare l'inglese nell'ambiente del lavoro, attivare linguaggio di Business English e sviluppare modi di comunicare efficacemente via mail, via telefono e nei meeting relativamente al mondo della produzione audiovisiva. Lezioni frontali con docente madrelingua.

### **PROGRAMMA**

**BUSINESS COMMUNICATION SKILLS FOR FILM PRODUCTION:**

- ① How to use English at the workplace? (What is Business English? What is Social English?)

- ❓ To activate **Business English vocabulary** using phrasal verbs and idiomatic expressions for problem solving, planning, and scheduling
- ❓ To be able to write **Business emails**: formal and informal emails, “action” emails
- ❓ To develop **communication skills for telephoning, meetings**, call conferences: how to attend and run meetings, how to give presentations
- ❓ Grammar review when it’s needed: to become more flexible and spontaneous when speaking in English (correct use of prepositions, tenses, phrasal verbs, conditionals etc.)
- ❓ To analyze films, short films, fashion films and ADVs (commercial films)
- ❓ Group coaching for confidence building: how to do job interviews and **how to present yourself at work**, preparing students in their transition moving into the work environment
- ❓ Group coaching for **time and stress management**: introducing simple tools and techniques to be more productive and to cope with overwhelm

### **Testi di riferimento**

Selected material: Essential Business Vocabulary Builder, Business Vocabulary Builder, and Essential Business Grammar Builder by Paul Emmerson,

Oxford Word Skills, Advance.

and other Business books, Business articles, blogs, podcasts (like BEP: Business English Podcast), and videos in the film industry that can be used for training purposes.

### **Modalità di verifica:**

Entry test to check level.

Evaluation is based on interactive face-to-face participation throughout the course.

Oral presentation of a project (individual or group project).

Final test with score and percentage to give a final grade.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Gli studenti acquisiscono le skills per utilizzare in maniera appropriata la lingua inglese nel mondo professionale.

## **DIREZIONE ATTORI E CASTING 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/05 DISCIPLINE DELLO SPETTACOLO

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 75 ORE

**Nome del docente:** BARBARA ENRICHİ. ATTRICE PREMIO DAVID DI DONATELLO;  
INSEGNANTE DI RECITAZIONE CINEMATOGRAFICA.

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Lo scopo delle lezioni sulla materia DIREZIONE ATTORI è di allenamento alla direzione degli attori e delle attrici, con esercitazioni propedeutiche al set, per sperimentare e individuare un linguaggio efficace per raggiungere il conseguimento degli obiettivi di verità recitativa, intensità delle emozioni degli attori, con soddisfazione reciproca e collaborazione creativa. La finalità dell'esercitazione è di allenarsi nella direzione degli attori e nel contempo sviluppare la creatività dei registi. La metodologia adottata è con lezioni frontali di preparazione in aula, esercitazioni guidate e laboratori pratici con attori in presenza in teatro di posa.

## **PROGRAMMA**

IL CASTING. Introduzione alla materia del Casting, con particolare riferimento al Casting pubblicitario. La figura del Casting Director: qual è il suo compito e come si inserisce nella filiera della produzione di uno spot.

LABORATORIO di CASTING per PUBBLICITÀ. Esercitazione pratica con un gruppo di attori: la video presentazione; metodi di valutazione del provino per la creazione delle note in vista della selezione. La comunicazione degli attori per uno spot: lo sguardo, il viso e la bocca, il corpo; gestione del provino con l'interpretazione di testi per un casting per la pubblicità. Riprese dei provini. Revisione, considerazioni e critica del girato. Scelta degli attori con valutazioni.

DIREZIONE ATTORI STESSA SCENA, GENERI DIVERSI. Lezioni di preparazione in aula: presentazione del calendario; visione del cv e foto attori coinvolti; linee guida esercitazione; assegnazione scene ai registi, decisione generi e lista troupe. Considerazioni sui generi: commedia, drammatico, noir, azione, western, thriller, musical, ecc. L'esercitazione ha un focus specifico sulla recitazione e la direzione degli attori. Prove e riprese in teatro di posa con gli attori: lettura a tavolino; analisi della scena e dei personaggi; prove e staging; direzione degli attori sul genere scelto. Gli allievi registi dirigeranno gli attori, che reciteranno la scena prima con un genere e poi con un altro genere, quindi la stessa scena, realizzata con generi differenti. Set e riprese per ogni allievo. Revisione, considerazioni e critica del girato. Condivisione e consegna dei video e agli attori.

### **Testi di riferimento**

Film, attori/attrici e registi/e citati durante la preparazione e la realizzazione dei progetti di Direzione Attori.

### **Modalità di verifica:**

La modalità di verifica è una valutazione sull'attenzione e la partecipazione dell'allievo alle lezioni di preparazione; sulla capacità di dirigere gli attori; sulla capacità di usare un linguaggio efficace con gli attori e collaboratori; sull'impegno durante l'esercitazione; sulla presenza su ogni set; sulla realizzazione del progetto completo e inviato agli attori.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Le competenze acquisite durante i moduli di Direzione Attori hanno come obiettivo: la valutazione della formazione degli attori; conoscere il mondo degli attori; capire come preparare un provino su parte; analizzare la scena e il personaggio; imparare il linguaggio appropriato di collaborazione tra regista e attore; dirigere gli attori e le attrici; capire le problematiche nella direzione degli attori e studiarne le risoluzioni; ottenere la migliori performance recitative dagli attori; imparare a gestire gli attori nello spazio scenico riconducibile ad un set cinematografico; stimolare la creatività e la fantasia.

/

## **PRODUZIONE 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 42 ORE

**Nome del docente:** PAOLO PELIZZA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA.**

Gli obiettivi del corso sono quelli di rendere consapevoli gli studenti di quali sono le regole, i diritti e i loro doveri dal punto di vista del diritto del lavoro, civilistico e fiscale. Il metodo è quello della lettura e interpretazione del Contratto Nazionale e delle altre norme e di applicare ai vari ruoli delle simulazioni tra il mercato e i minimi sindacali.

### **PROGRAMMA**

La descrizione, informazione e formazione su tutte le dinamiche giuridiche relative al CCNL dei lavoratori dello Spettacolo e, in particolare, degli Addetti Troupe dalla sorgente del diritto alle modalità operative per i lavoratori autonomi e subordinati. Le dichiarazioni iniziali, i contratti di lavoro e i crew memo deal. Note spese, rimborsi chilometrici e balille. Festivi e festività soppresse.

### **Testi di riferimento**

Il testo del CCNL Addetti Troupes.

### **Modalità di verifica:**

Esame orale.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Essere in grado di compilare un preventivo corretto rispetto alle varie figure di lavoratori, inquadrandoli al giusto livello, acquisire le competenze e le informazioni necessarie per essere inquadrati in modo corretto e legale.

## **TEORIA E TECNICA DEL MONTAGGIO 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTE

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 90 ORE

**Nome del docente:** MASSIMO GERMOGLIO

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Lo scopo del corso è quello di insegnare agli studenti le principali fasi della post-produzione, i ruoli e le tecniche usate per realizzare i VFX.

In coordinamento con l'insegnamento di Regia della Pubblicità, il Docente seguirà l'esercitazione come Tutor nella quale gli studenti metteranno in pratica l'uso della Virtual Production, dalla Pre-produzione al master finale.

### **PROGRAMMA**

Si impareranno le fasi della post-produzione, i ruoli e le tecniche usate per finalizzare un film, uno spot e la realizzazione dei VFX.

Verranno visionati e analizzati progetti realizzati dal docente, case history e come esercitazione gli studenti, dovranno realizzare preventivi e "time table" dei progetti presi in esame.

Verrà posta particolare attenzione alla tecnica di produzione denominata Virtual production, si analizzeranno lavori si realizzeranno “time table” e preventivi

In coordinamento con l’insegnamento di Regia della Pubblicità, il docente seguirà un’esercitazione pratica, come Supervisore alla Virtual Production e Tutor per il montaggio, dall’analisi del progetto fino allo shooting, con l’uso della Virtual Production, seguendo la previsualizzazione, la realizzazione di sfondi in 3D, girando in un teatro attrezzato di ledwall, Disguise e Unreal Engine.

### **Testi di riferimento**

Slide del docente

Materiale video del docente

### **Modalità di verifica:**

Valutazione in itinere e finale sulla base di tutte le esercitazioni svolte durante il corso.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Alla fine dell’anno accademico gli studenti avranno acquisito le modalità con le quali si gestisce una postproduzione ed il workflow usato per il cinema e la pubblicità, nello specifico seguiranno l’intero processo di una produzione in Virtual Production.

/

## **REGIA DELLA PUBBLICITA'**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTI

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 10 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 170 ORE

**Nome del docente:** SAMUELE ROMANO

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Il corso si propone di fornire agli studenti una visione approfondita e costantemente aggiornata del panorama pubblicitario contemporaneo, confrontandosi con le più comuni strutture narrative e comunicative, con le strategie e gli approcci registici più frequentemente utilizzati, e i diversi stili ed estetiche.

La metodologia didattica prevede introduzioni teoriche ai diversi temi registici, attraverso la visione e l'analisi di una serie di esempi, per poi esplorarli durante esercitazioni pratiche, sempre precedute e seguite da revisioni sul percorso svolto dagli studenti.

## **PROGRAMMA**

- ② Il lavoro del regista nel processo di preproduzione pubblicitaria (trattamento e ppm).
- ② Il racconto per immagini in pubblicità.
- ② Preparazione shooting.
- ② Esercitazioni sul racconto visivo.
- ② Revisione esercitazioni.
- ② Rappresentazione dei prodotti in pubblicità, tecniche e situazioni specifiche (stop motion, high speed, packshot).
- ② Preparazione shooting.
- ② Esercitazioni sui prodotti in pubblicità.
- ② Esercitazioni sul packshot.
- ② Revisione esercitazioni.
- ② La composizione dell'inquadratura e suo utilizzo in pubblicità.
- ② Preparazione shooting.
- ② Esercitazioni sulla composizione.
- ② Revisione esercitazioni.
- ② Come presentarsi sul mercato pubblicitario.
- ② Incontro con registi pubblicitari.

## **Testi di riferimento**

### **Modalità di verifica**

Gli studenti riceveranno una valutazione finale sulla base delle esercitazioni svolte durante il corso, tenendo in considerazione non solo il risultato finale ma anche il percorso compiuto. Particolare attenzione sarà rivolta alla loro abilità nel lavorare all'interno di una troupe in tutte le fasi di realizzazione di uno spot, alla consapevolezza dimostrata nel lavoro di ricerca visiva preparatorio al set, alla capacità di coltivare e sviluppare un atteggiamento professionale che si traduca in scelte registiche consapevoli. Saranno infine prese in

considerazione l'attiva partecipazione alle attività svolte e il rispetto delle scadenze date dal docente.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Il corso si propone di fornire agli studenti le competenze per proporsi sul mercato come registi, dalla consapevolezza del ruolo del regista nel mondo pubblicitario alla sperimentazione delle principali tipologie di lavori con cui potranno confrontarsi in contesti professionali, stimolando e favorendo lo sviluppo delle loro personalità registiche e di una reel che ne sia il riflesso.

## **COLOR GRADING E COLOR CORRECTION 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Ambito disciplinare:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Settore disciplinare:** INF/01 INFORMATICA

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 78 ORE

**Nome del docente:** ALESSANDRO BERNARDI

**Prerequisiti:** CONOSCENZA DI UN FLUSSO DI LAVORO VIDEO IN AMBITO PROFESSIONALE

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Il corso affronta il tema del Color Grading partendo dalla teoria del colore fino ad arrivare alle tecniche avanzate più utilizzate dai colorist nel flusso di lavoro cinema e video. Lo scopo non è quello di creare dei colorist professionisti, ma di fornire agli studenti le basi tecniche necessarie per poter eseguire in autonomia il color grading dei progetti video realizzati in ambito scolastico. E' organizzato come un laboratorio intensivo interattivo full-immersion e si basa su lezioni frontali teoriche, esercizi pratici al computer su materiali forniti dal docente e sui lavori realizzati dagli allievi negli altri corsi del piano di studi. Ad ogni esercitazione segue sempre una fase di revisione e confronto per verificare il grado di apprendimento effettivo.

## PROGRAMMA

- ❓ Introduzione alla Color Correction
- ❓ I vari metodi di importazione dei dati e l'organizzazione del flusso di lavoro
- ❓ L'interfaccia di Resolve e come configurarla al meglio
- ❓ Conforming in Resolve e Roundtripping con il software di editing (AVID)
- ❓ Teoria del colore per il Color grading
- ❓ Percezione del colore
- ❓ La calibrazione del monitor e la gestione del colore di Resolve
- ❓ Analisi dell'immagine e valutazione del metodo di correzione
- ❓ Gli strumenti per la valutazione tecnica dell'immagine
- ❓ Il primo step della Color Correction: il bianco e nero e la gamma tonale
- ❓ Vari metodi per correggere la gamma tonale
- ❓ Matching delle clip e uniformità narrativa
- ❓ Introduzione al key framing
- ❓ Dal bianco e nero al colore: come cambia il metodo di correzione
- ❓ Il girato in LOG e le LUT: come gestirlo e correggerlo al meglio
- ❓ Come correggere i vari tipi di RAW
- ❓ La correzione degli incarnati nel video
- ❓ Quando il girato ha problemi: come cambia la strategia della correzione
- ❓ Nodi, Chiavi e Metodi di Fusione: la Color Correction avanzata
- ❓ Color Grading vs. Color Correction
- ❓ Come creare una palette colori in Resolve
- ❓ Come creare un Film look

- ❓ Come decidere il Color Look migliore in base al tipo di immagine
- ❓ I vari stili di Color Grading: cinema, advertising, broadcast, ecc.
- ❓ Quando un Color Look funziona e perché
- ❓ Come adeguare il flusso di lavoro per implementare il Grading Creativo
- ❓ Uso avanzato delle LUT nel Color Grading
- ❓ Il Delivery dei contenuti nei vari flussi di lavoro
- ❓ Strategie e trucchi per aumentare la produttività
- ❓ Revisione ed eventuali approfondimenti degli argomenti affrontati nei giorni precedenti
- ❓ Sessioni didattiche in base alle richieste degli allievi

### **Testi di riferimento**

Non ci sono testi particolari richiesti per la frequentazione del corso.

### **Modalità di verifica:**

Verifica del livello di apprendimento con test su argomenti specifici e con prove pratiche in itinere su materiali sia forniti dal docente che realizzati dagli allievi. I progetti video realizzati dagli allievi vengono utilizzati anche come momento di esame per valutare le capacità tecniche acquisite alla fine del corso.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Capacità di eseguire in autonomia la color correction e il color grading su progetti realizzati in ambito scolastico e progetti di livello medio-alto realizzabili in ambito professionale.

Alla fine del corso gli allievi hanno la piena consapevolezza di come inserire il color grading in un flusso di lavoro professionale e sanno come interagire con dei colorist professionisti.

/

## **POST PRODUZIONE AUDIO 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:** INF/01 INFORMATICA

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 30 ORE

**Nome del docente:** ANDREA FURFARO

**Prerequisiti:** CONOSCENZA DI BASE DEL COMPUTER E DELLA GESTIONE DI FILE E DOCUMENTI.

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

L'obiettivo del corso è formare lo studente al fine di poter utilizzare la piattaforma Avid Pro Tools per gestire l'audio in digitale attraverso i suoi strumenti di produzione e post produzione. I metodi di insegnamento sono sia lezioni frontali sia attività pratica sulla postazione dedicata.

### **PROGRAMMA**

Il programma del corso si basa sui seguenti elementi:

- ② Introduzione alla audio – caratteristiche del suono – attrezzature – percorsi e formati
- ② Introduzione ai sistemi Avid Pro Tools
- ② L'interfaccia utente – i menu – la sessione – i media file
- ② La creazione di suoni e la produzione musicale
- ② La registrazione audio – connessioni e microfoni – l'acquisizione
- ② Modifica e trattamento – processi e gestione file
- ② Il controllo del materiale – la sincronizzazione audio/ video
- ② Il mix base – l'esportazione – la condivisione e l'interscambio

### **Testi di riferimento**

### **Modalità di verifica:**

Lo studente sarà valutato alla fine del corso in relazione alle sue presenze durante le lezioni ed alla capacità pratica di svolgere alcune attività con il software Avid Pro Tools e materiale audio-video.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Alla fine del corso lo studente dovrà avere una conoscenza base dei principi dell'audio e dovrà saper gestire un progetto base con Pro Tools relativamente ad importazione, modifica, esportazione e sincronizzazione.

## **CONTINUITA' E ORGANIZZAZIONE DELLE RIPRESE 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Ambito disciplinare:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 30 ORE

**Nome del docente:** MIGUEL LOMBARDI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Oggetto della seconda annualità è l'Organizzazione delle riprese. Il corso prevede un'analisi approfondita delle similitudini e delle differenze tra il cinema americano, il cinema italiano – sia d'autore, sia commerciale - e la produzione pubblicitaria. Il set, le organizzazioni produttive e le metodologie artistiche. Dallo spoglio all'ordine del giorno. Dal piano di lavorazione alla regia e alle riprese. Dall'ordine delle inquadrature al coordinamento della produzione e di tutti i reparti. Il mestiere dell'aiuto regista e degli assistenti alla regia.

## **PROGRAMMA**

### **1. ELABORAZIONE DEL COPIONE**

### **2. PRE PRODUZIONE**

#### **2.1. Piano di lavorazione**

Dal preventivo e dall'organizzazione della fase

letteraria

Esigenze della produzione

Esigenze della regia

Periodo riprese/Pose attori/Materiale Tecnico

Cinema e pubblicità

#### **2.2. Riunioni**

Le relazioni tra i reparti

L'aiuto regista e il reparto di regia

Il reparto di produzione

Scelta della troupe e dei mezzi

#### **2.3. Preparazione degli attori**

La lettura della sceneggiatura e le prove

#### **2.4. Sopralluoghi tecnici**

Regista, scenografo e direttore della fotografia per i

sopralluoghi artistici

Regista, direttore della fotografia, aiuto regista e capireparto

per i sopralluoghi tecnici

Teatro/Location; Interni/Esterni; Giorno/Notte

L'inquadratura del regista

Lo spoglio tecnico dell'inquadratura

I cambi scenografia

Il sole

Le esigenze logistiche/I trasferimenti/La pausa

Il tempo: preparazione/riprese

Le mappe

La prima inquadratura/L'ordine delle inquadrature

## **2.5. Ordine del giorno**

Dal piano di lavorazione

Revisioni/Piano definitivo

Le esigenze della regia e della produzione

Le informazioni/Le consulenze/Gli orari/L'ordine delle  
inquadrature/I fabbisogni

## **2.6. Reparti speciali**

Animali

Effetti speciali – Armi ed esplosioni

Post produzione

Bambini

## **3. RIPRESE**

### **3.1. Organizzazione delle riprese**

Le fasi di lavorazione e i ruoli

I comandi

Di giorno, di notte o con la luce a cavallo

In interni o in esterni, in location o in teatro

Mute e sonore

I generici

L'improvvisazione

## **Elenco case history:**

### CINEMA

“APRES MAI” DI ASSAYAS

“BRUNO” DI CHARLES

“IL CAPITALE UMANO” DI VIRZI’

“IN GRAZIA DI DIO” DI WINSPEARE

“THE INTERNATIONAL” DI TYKWER

“THE OTHER MAN” DI EYRE

“VALLANZASCA” DI PLACIDO

“ZEROZEROZERO” DI SOLLIMA

“L’ULTIMA NOTTE DI AMORE” DI DI STEFANO

### PUBBLICITA’

BRAND CONTENT CAMPARI DI SOLLIMA

PUBBLICITA’ BMW DI TONY KAYE

PUBBLICITA’ SKY

PUBBLICITA’ WIND

PUBBLICITA’ IKEA

PUBBLICITA’ ALFA ROMEO

PUBBLICITA’ ENEL

PUBBLICITA’ NIKE

PUBBLICITA’ ADIDAS

PUBBLICITA’ GUCCI

PUBBLICITA’ NESPRESSO

## **Testi e film di riferimento**

### Bibliografia consigliata

I mestieri del cinema, M. Chion, Grafica Santhiatese

Fare un film, S. Lumet, Pratiche Editrice

Il cinema secondo Hitchcock. F. Truffaut. Il Saggiatore

Come Welles ha realizzato Quarto Potere. R.L. Carringer. Il Castoro

Come Hitchcock ha realizzato Psycho. S. Rebello. Lindau

Nel rispetto della luce. S. Nykvist. Lindau

Manuale dell'aiuto regia. T. Valerii. Gremese

Titanic, dietro le quinte. P. Parisi. Lindau

#### Filmografia essenziale

Il capitale umano. P. Virzì

ZeroZeroZero. Ep 1+2. S. Sollima

L'ultima notte di amore. A. Di Stefano

#### Filmografia consigliata

Si gira a Manhattan. T. Di Cillo

Lost in La Mancha. K.Fulton & P. Louis

Hitchcock/Truffaut. K. Jones

Effetto Notte. F. Truffaut

Hearts of Darkness: A Filmmaker's Apocalypse. F. Bahr, G. Hickenkooper, E. Coppola

#### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale sulla base della frequenza, degli interventi in classe e del percorso didattico svolto.

#### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

**Competenze acquisite**

Comprensione di tutte le fasi di lavoro di un set professionale e delle figure coinvolte, dalla riproduzione alle riprese.

## LABORATORIO DI MONTAGGIO 2

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 90 ORE

**Nome del docente:** RITA ROSSI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Il laboratorio prevede l'integrazione tra l'analisi teorica e l'attività pratica di montaggio. Il fine ultimo è la realizzazione da parte dello studente di vari progetti proposti dalla docenza di regia della seconda annualità.

### **PROGRAMMA**

Montaggio per la creazione di una forma.

Organizzazione del materiale delle riprese.

Dare "senso" e ritmo di montaggio: tagli, uso di transizioni, etc.

Sincronizzazione del suono girato in presa diretta. L'inserimento della colonna sonora.  
Suoni, rumori, musiche.

### **TESTI DI RIFERIMENTO**

D. Cassani, Manuale del montaggio, Tecnica dell'editing nella comunicazione cinematografica e audiovisiva, Milano, Hoepli, 2013.

S. Masi, Nel buio della moviola – Introduzione alla storia del montaggio, Lanterna Magica (riedizione).

K. Dancyger, Dal cinema muto alla pubblicità (Vol. 1 e 2), Audino Editore.

### **MODALITÀ DI VERIFICA**

Finalizzazione e consegna del progetto realizzato nei tempi e nelle modalità stabilite.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Lo studente acquisisce adeguate conoscenze e competenze tecniche relative ai processi di montaggio (ritmo, contenuti narrativi, stile, ottimizzazione e consegna conclusiva).

## **LABORATORIO DI FOTOGRAFIA**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 3 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 108 ORE

**Nome del docente:** LUCA ROBECCHI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Gli studenti del secondo anno, dopo aver fatto esperienze tecniche formative e di base durante la prima annualità, saranno pronti per fare pratica sulle produzioni cinematografico/pubblicitarie dei docenti di regia, previste nella seconda annualità.

Le esperienze precedenti verranno immediatamente messe a disposizione della classe e dovranno essere la vera base per cominciare a realizzare prodotti più complessi e articolati.

L'obiettivo della seconda annualità è quello di cominciare a definire posizioni ben precise all'interno dei gruppi di lavoro.

La metodologia è quella dell'esperienza pratica in cui vengono messi a frutto gli insegnamenti dell'anno precedente.

## **PROGRAMMA**

Oltre alle esercitazioni pratiche che si svolgono in teatro di posa all'interno dell'istituto, durante questa fase, si darà spazio ad esperienze specifiche di alta specializzazione.

Ci sarà una sessione dedicata in modo specifico al Pack Shot, ossia la tecnica che insegna a fotografare il prodotto da pubblicizzare, elemento fondamentale per il cinema d'impresa

Gli studenti progetteranno inoltre alcuni soggetti pubblicitari legati al mondo del food and beverage, nei quali entreranno in contatto con il mondo estremamente complesso delle riprese in High Speed.

La scuola si appoggerà ad una struttura esterna tra le più quotate in Europa, dove insieme ai tecnici degli effetti speciali, sperimenteranno nuove possibilità fotografiche e creative.

## **Testi di riferimento**

### **Modalità di verifica:**

La verifica delle competenze personali e di gruppo avverrà in itinere attraverso la valutazione della preparazione sugli argomenti trattati e dell'impegno profuso durante il periodo di lavoro presso la scuola.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Al termine di questo anno, gli studenti saranno pronti per essere inseriti in situazioni di lavoro più complesse, in preparazione delle loro future, prime esperienze professionali e dei progetti di committenza della terza annualità.

## **LABORATORIO DI REGIA “BUDGET” 1**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 6 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 2°

**Semestre:** SECONDO

**Durata:** 42 ORE

**Nome del docente:** FABIO ILACQUA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Attraverso lezioni frontali, il corso ha l'obiettivo di:

- ❑ mettere a terra le competenze maturate nel biennio, ideando e analizzando in team la fattibilità di progetti per uno spot o un branded content da realizzare con un budget definito dalla scuola.
- ❑ preparare e gestire il PPM - Pre Production Meeting, che presenti il progetto e ne argomenti la fattibilità in termini di risorse economiche e soluzioni creative
- ❑ valorizzare il lavoro di gruppo, le competenze e qualità dei suoi componenti nella troupe, anche nel confronto coi termini economici di mercato, per ogni ruolo previsto nel set

## **PROGRAMMA**

Il corso prevede principalmente didattica frontale, preparazione, analisi e selezione degli script, valutazione di costi, risorse e piano di lavorazione, prima selezione del casting, principalmente orientati alla preparazione della seconda parte del corso.

### **Testi di riferimento**

Andrej Tarkovskij – **Scolpire il Tempo**

Andr  Bazin – **Cos'  il cinema**

### **Modalit  di verifica:**

Gli studenti vengono valutati durante l'intero corso e durante le varie attivit , ma in modo particolare durante la preparazione degli shooting-board dei filmati da realizzare, e rispetto alle responsabilit  assegnate ai ruoli sul set:

- Ⓜ competenze registiche e creative 15 di 30/30
- Ⓜ competenze tecniche e organizzative 15 di 30/30

### **Valutazione**

La somma della valutazione dei due parametri indicati esprime la valutazione complessiva dello studente in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

- Ⓜ analisi del briefing, ideazione e fattibilit , calcolo e ottimizzazione del budget di un prodotto audiovisivo (III)

- ② analisi del mercato, scelta dell'area di prodotto o di Brand, esplorazione delle possibili proposte di spot speculativi
  
- ② pitching per possibili committenze

**3° anno**

| ATTIVITA' FORMATIVE   | AMBITI DISCIPLINARI                         | SETTORI SCIENTIFICO-DISCIPLINARI             | MODULI DIDATTICI                                 | CFU       |
|---|---|--|--|-----------|
| CARATTERIZZANTI   | MUSICA E SPETTACOLO,<br>TECNICHE DELLA MODA | L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E<br>TELEVISIONE | prassi e sintassi della regia pubblicitaria 2    | 2         |
| ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE                            |   | INF/01 INFORMATICA                           | color grading e color correction 2               | 2         |
|   |   |  | post produzione audio 2                          | 2         |
| LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE |   |  | laboratorio di montaggio 3                       | 2         |
|   |   |  | laboratorio di regia "budget" 2                  | 4         |
|   |   |  | seminari tematici di approfondimento             | 2         |
|   |   |  | raccolta briefing e gare creative                | 16        |
|   |   |  | realizzazione committenze di<br>diploma/tirocini | 18        |
| PROVA FINALE: SHOW REEL   |   |  |  | 12        |
| <b>TOTALE CFU</b>   |   |  |  | <b>60</b> |

## **PRASSI E SINTASSI DELLA REGIA PUBBLICITARIA 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** CARATTERIZZANTE

**Ambito disciplinare:** MUSICA E SPETTACOLO, TECNICHE DELLA MODA E DELLE  
PRODUZIONI ARTISTICHE

**Settore disciplinare:** L-ART/06 CINEMA, FOTOGRAFIA E TELEVISIONE

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 42 ORE ca.

**Nome del docente:** FABIO ILACQUA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Attraverso lezioni frontali, il corso approfondisce le modalità di lavoro su progetti committenza pubblicitaria:

- ② comprendere i caratteri essenziali della brand-equity di marca o prodotto,
- ② comprendere i task e gli obiettivi di comunicazione di un briefing o di uno storyboard, e imparare l'analisi **frame by frame**
- ② interpretare e proporre diverse soluzioni creative ed autoriali, in accordo coi limiti del budget.

## **PROGRAMMA**

Il corso prevede una prima parte propedeutica di didattica frontale, alla quale faranno seguito attività di tutoraggio nella realizzazione dei progetti di committenza sviluppati nel corso della terza annualità.

### **Testi di riferimento**

David Mamet – **I tre usi del coltello**

Andrea Demicheli e Luca Oddo – **La fabbrica degli spot**

### **Modalità di verifica:**

Gli studenti vengono valutati durante l'intero corso, in modo particolare durante la realizzazione dei progetti di committenza, secondo questi parametri:

- ☐ competenze registiche e creative
- ☐ competenze tecniche e organizzative
- ☐ attitudine al teamwork, puntualità e affidabilità negli incarichi

### **Valutazione**

La somma della valutazione dei tre parametri indicati esprime la valutazione complessiva dello studente in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

- ☐ analisi del briefing, ideazione e fattibilità, calcolo di ottimizzazione del budget di un prodotto audiovisivo (II)
- ☐ organizzazione del set (II)
- ☐ gestione dello shooting (II)

 edit dell'online

## **COLOR GRADING E COLOR CORRECTION 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Ambito disciplinare:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Settore disciplinare:** INF/01 INFORMATICA

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 24 ore ca.

**Nome del docente:** Maurizio Nichetti (coordinatore didattico) e docenti ospiti

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Obiettivo della terza annualità è quello di mettere gli allievi a confronto con tempi e modalità di lavoro professionali, attraverso i progetti di committenza che verranno proposti dalla Scuola. La metodologia di lavoro sarà quindi orientata alla messa in pratica di tutte le competenze e gli insegnamenti acquisiti nelle annualità precedenti, applicati su reali lavori di committenza e di confronto con un cliente.

### **PROGRAMMA**

Durante la terza annualità, dopo le lezioni e le sessioni di color grading previste nella seconda annualità, gli allievi saranno impegnati in sessioni di color grading e color correction sui progetti di committenza del terzo anno, realizzati in collaborazione con professionisti e/o strutture esterne. Verranno inoltre organizzati incontri di approfondimento, anche con

professionisti esterni, dedicati al tema della color correction, con particolare attenzione per la pubblicità.

### **Testi di riferimento**

### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale a conclusione dell'anno accademico, in base alla partecipazione e al ruolo nei progetti di committenza previsti dalla terza annualità.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Capacità di gestione del corretto workflow di post produzione video (riferito al color grading), e capacità di relazionarsi, secondo modalità di lavoro corrette e professionali, con chi si occupa della post produzione video.

/

## **POST PRODUZIONE AUDIO 2**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Ambito disciplinare:** ATTIVITA' FORMATIVE AFFINI O INTEGRATIVE

**Settore disciplinare:** INF/01 INFORMATICA

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 24 ore ca.

**Nome del docente:** Maurizio Nichetti (coordinatore didattico) e docenti ospiti

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Obiettivo della terza annualità è quello di mettere gli allievi a confronto con tempi e modalità di lavoro professionali, attraverso i progetti di committenza che verranno proposti dalla Scuola. La metodologia di lavoro sarà quindi orientata alla messa in pratica di tutte le competenze e gli insegnamenti acquisiti nelle annualità precedenti, applicati su reali lavori di committenza e di confronto con un cliente.

## **PROGRAMMA**

Durante la terza annualità, dopo le lezioni di post produzione audio previste nella seconda annualità, gli allievi saranno impegnati in sessioni di post produzione audio sui progetti di committenza del terzo anno, realizzati in collaborazione con professionisti e/o strutture esterne. Verranno inoltre organizzati incontri di approfondimento, anche con professionisti esterni, dedicati al tema della post produzione audio, con particolare attenzione per la pubblicità.

### **Testi di riferimento**

#### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale a conclusione dell'anno accademico, in base alla partecipazione e al ruolo nei progetti di committenza previsti dalla terza annualità.

#### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

#### **Competenze acquisite**

Capacità di gestione del corretto workflow di post produzione audio e capacità di relazionarsi, secondo modalità di lavoro corrette e professionali, con chi si occupa della post produzione audio.

## **LABORATORIO DI MONTAGGIO 3**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** in base ai progetti di committenza della terza annualità (90 ore ca.)

**Nome del docente:** RITA ROSSI

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Il laboratorio prevede l'integrazione tra l'analisi teorica e l'attività pratica di montaggio. Il fine ultimo è la realizzazione da parte dello studente di progetti su committenza, che richiedono un'elevata competenza di montaggio che permette allo studente di rispondere alle esigenze specifiche di agenzia e cliente.

Contenuti, finalizzazione e consegna sono adattati ai tempi e alle caratteristiche del progetto stesso.

### **PROGRAMMA**

Ripasso competenze di base acquisite nei corsi precedenti.

Corso avanzato di montaggio per la creazione di una forma narrativa visiva.

### **Testi di riferimento**

D. Cassani, Manuale del montaggio, Tecnica dell'editing nella comunicazione cinematografica e audiovisiva, Milano, Hoepli, 2013.

S. Masi, Nel buio della moviola – Introduzione alla storia del montaggio, Lanterna Magica (riedizione).

K. Dancyger, Dal cinema muto alla pubblicità (Vol. 1 e 2), Audino Editore.

### **Modalità di verifica:**

Finalizzazione e consegna del progetto realizzato nei tempi e modalità stabilite

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Lo studente aumenta ed elabora approfonditamente le sue conoscenze e competenze tecniche relative ai processi di montaggio (ritmo, contenuti narrativi, stile, ottimizzazione e consegna conclusiva) come richieste dal mondo del lavoro.

## LABORATORIO DI REGIA “BUDGET” 2

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 4 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** PRIMO

**Durata:** 66 ORE

**Nome del docente:** FABIO ILACQUA

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Attraverso esercitazioni pratiche in teatro di posa e location interne ed esterne, il corso ha l'obiettivo di:

- ② preparare un piano di produzione coerente e fattibile con le creatività del modulo precedente **Budget 1**.
- ② organizzare i set, realizzare lo shooting e finalizzare gli spot o i branded content progettati nel corso precedente **Budget 1**.

### **PROGRAMMA**

Il corso prevede una prima parte propedeutica di didattica frontale, riguardante la conoscenza dei regolamenti e le normative inerenti il set up cinematografico.

L'ultima parte del corso prevede lo shooting e il montaggio offline e online di filmati, definiti **StressTest Budget**, di durata compresa fra i 30 e i 120 secondi.

### **Testi di riferimento**

P. Mardegan – G. Riva – S. Scatena - **Digital advertising 3.0.**

G. Riva - **Psicologia dei nuovi media**

### **Modalità di verifica:**

Gli studenti vengono valutati durante l'intero corso, in modo particolare durante la realizzazione dei filmati in team, e infine durante una **classe critica** di valutazione conclusiva dei filmati realizzati, secondo questi parametri:

- ☐ competenze registiche e creative 10 di 30/30
- ☐ competenze tecniche e organizzative 10 di 30/30
- ☐ attitudine al teamwork, puntualità e affidabilità negli incarichi 10 di 30/30

### **Valutazione**

La somma della valutazione dei tre parametri indicati esprime la valutazione complessiva dello studente in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

- ☐ organizzazione del set (III)
- ☐ gestione dello shooting (III)

edit dell'online (II)

## **SEMINARI TEMATICI E DI APPROFONDIMENTO**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 2 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 48 ore ca., in base agli incontri che verranno programmati.

**Nome del docente:** Maurizio Nichetti (coordinatore didattico) e docenti ospiti

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Obiettivo degli incontri di approfondimento della terza annualità è quello di mettere gli allievi a confronto con tempi e modalità di lavoro professionali attraverso l'incontro e lo scambio con professionisti e realtà produttive del settore di riferimento.

### **PROGRAMMA**

Durante la terza annualità, oltre ai progetti di committenza, la Scuola proporrà incontri con professionisti e realtà professionali del settore. Saranno inoltre previsti seminari/workshop su contenuti complementari e di approfondimento rispetto agli insegnamenti erogati durante le

prime due annualità. A titolo d'esempio, potranno essere previsti workshop di approfondimento su tematiche tecniche (es. riprese con Bolt o in high speed, steadycam, etc.), di comunicazione (es. pitching, comunicazione social), normative (diritto d'autore, contratti nazionali). Tali appuntamenti didattici verranno fissati nel corso della terza annualità, in parallelo al lavoro sui progetti di committenza.

### **Testi di riferimento**

### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale a conclusione dell'anno accademico, in base alla proficua partecipazione agli incontri e alle attività proposte.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Acquisizione di specifiche competenze tecnico-teoriche inerenti ai seminari e agli incontri, volta per volta, programmati dalla Direzione Didattica.

## **RACCOLTA BRIEFING E GARE CREATIVE**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 16 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 80 ore ca, in base ai progetti di committenza che verranno proposti e sviluppati.

**Nome del docente:** Maurizio Nichetti (coordinatore didattico) e i docenti coinvolti nello sviluppo dei progetti di committenza.

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Obiettivo della terza annualità è quello di mettere gli allievi a confronto con tempi e modalità di lavoro professionali: un vero e proprio laboratorio autorale dove ciascun allievo, sempre supportato dalla Scuola, raggiungerà una propria autonomia lavorativa, si confronterà con committenze reali e tempi di realizzazione professionali, raccogliendo, a fine anno, in un reel di presentazione tutti gli spot, i documentari, le clip per il web realizzati nel corso dell'anno.

## **PROGRAMMA**

La terza annualità è principalmente legata alla realizzazione dei progetti di committenza proposti dalla Scuola. Durante l'anno verranno proposti alla classe più progetti di lavoro con clienti e committenti reali. Ciascun allievo potrà partecipare alla prima fase di briefing e potrà elaborare una propria proposta creativa (individuale o in gruppo), da presentare poi al committente in una sessione di pitching dedicata. Tutte le fasi di raccolta briefing e presentazione al committente si svolgeranno con il costante tutoraggio dei docenti.

### **Testi di riferimento**

#### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale a conclusione dell'anno accademico, in base alla proficua partecipazione ai progetti di committenza.

### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

### **Competenze acquisite**

Comprensione di un briefing professionale: ascolto e analisi dei desiderata del cliente/committente.

Elaborazione e presentazione di una proposta creativa in linea con il briefing e nel rispetto del budget assegnato.

Pitching al cliente/committente.

## **REALIZZAZIONE COMMITTENZE DI DIPLOMA\_TIROCINI**

**Programma A.A. 2024/2025**

**Tipologia attività formativa:** LABORATORI, SEMINARI, ATTIVITA' ARTISTICHE, TECNICHE E PERFORMATIVE

**Ambito disciplinare:**

**Settore disciplinare:**

**Numero di crediti attribuiti:** 18 CFU

**Corso di I livello in:** PUBBLICITÀ E CINEMA D'IMPRESA

**Anno di corso:** 3°

**Semestre:** ANNUALE

**Durata:** 150 ore ca, in base ai progetti di committenza che verranno realizzati.

**Nome del docente:** Maurizio Nichetti (coordinatore didattico) e i docenti coinvolti nello sviluppo dei progetti di committenza.

### **OBIETTIVI E METODOLOGIA**

Obiettivo della terza annualità è quello di mettere gli allievi a confronto con tempi e modalità di lavoro professionali: un vero e proprio laboratorio autorale dove ciascun allievo, sempre supportato dalla Scuola, raggiungerà una propria autonomia lavorativa, si confronterà con committenze reali e tempi di realizzazione professionali, raccogliendo, a fine anno, in un reel di presentazione tutti gli spot, i documentari, le clip per il web realizzati nel corso dell'anno.

## **PROGRAMMA**

La terza annualità è principalmente legata alla realizzazione dei progetti di committenza proposti dalla Scuola. Durante l'anno verranno proposti alla classe più progetti di lavoro con clienti e committenti reali. Tutti gli allievi, dopo l'approvazione della proposta creativa e del budget di produzione parteciperanno - ciascuno per il proprio ruolo di competenza - alla realizzazione dei progetti di committenza, dalle fasi di preproduzione, al set e dalla post produzione fino alla presentazione e consegna finale al cliente. Tutte le fasi sopra indicate si svolgeranno con il costante tutoraggio dei docenti e della Scuola.

A completamento ed integrazione del percorso didattico svolto durante l'ultimo anno di studi, la Scuola potrà anche proporre, a tutti gli allievi meritevoli, dei tirocini formativi in realtà professionali di riferimento.

### **Testi di riferimento**

#### **Modalità di verifica:**

Valutazione finale a conclusione dell'anno accademico, in base alla proficua partecipazione ai progetti di committenza.

#### **Valutazione**

Alla fine del corso gli studenti avranno una valutazione in trentesimi.

#### **Competenze acquisite**

Elaborazione di un budget di produzione professionale.

Gestione di tutte le fasi di preproduzione ed organizzazione di un set.

Gestione dello shooting.

Gestione di tutte le fasi di post-produzione audio e video.

Presentazione finale al cliente.