

DURATA

La durata del Master in Direzione Creativa è di un anno. L'anno accademico si apre nel mese di ottobre e si chiude nel mese di maggio. L'offerta didattica di 16 ore settimanali è svolta con la formula full immersion di 8 ore al giorno per 2 volte la settimana con l'aggiunta di un monte ore extra per alcune materie dell'area comunicazione. La scelta di questa formula oraria permette agli studenti fuori sede di poter frequentare comodamente le lezioni in sede. Sarà possibile inoltre usufruire della frequenza online in modalità "parziale" o "totale" a seconda delle necessità. Il nostro ufficio informazioni è a disposizione degli allievi per consigli sulla scelta dei corsi e sulla sistemazione logistica dei fuori sede. Nel corso dell'anno accademico, la preparazione raggiunta dall'allievo viene monitorata attraverso verifiche intermedie, esami orali e valutazioni dei lavori pratici.

OBIETTIVI

Il Master di specializzazione in Direzione Creativa di Harim forma una figura professionale con competenze trasversali in diversi settori quali Management, Comunicazione, Visual e Grafica: un manager della "comunicazione visiva" in grado di supervisionare in maniera vigile il processo di costruzione dell'immagine coordinata e della brand identity di un'azienda. Attraverso i moduli di Brand Communication, Marketing & Business Management e Social Media Communication, si imparerà a riconoscere e catturare i nuovi fenomeni sociali dicomunicazione in relazione alle ultime tendenze. Inoltre per il modulo creativo verranno affrontati insegnamenti inerenti alla Grafica, alla Fotografia e al Video per affinare il gusto selettivo degli studenti attraverso case studies che hanno contraddistinto l'epoca contemporanea divenendo celebri. Infine, gli allievi saranno in grado di maturare le competenze acquisite attraverso i numerosi progetti affrontati durante il corso e con il periodo di tirocinio presso una delle prestigiose realtà con cui l'Harim collabora.



ATTIVITÀ EXTRA-CURRICULARI

L'Accademia prevede diverse attività extra-curriculari, come seminari, fiere di settore, personal project, shooting e workshop professionalizzanti, per far confrontare gli studenti con il mercato già durante l'anno accademici. Inoltre, durante il corso dell'anno, saranno previsti interventi di ospiti influenti nel settore attraverso dirette Instagram e talk con la possibilità di interagire dal vivo.





MATERIE - 1°anno

Grafica Editoriale

Acquisizione delle conoscenze informatiche relative ai programmi di impaginazione, nozioni tecniche riguardanti il trattamento delle immagini, l'impaginazione e l'utilizzo dei font, le tecniche di stampa. Il corso comprende anche lezioni teoriche volte ad introdurre il mondo dell'editoria ed il marketing editoriale, fino alla realizzazione concreta di magazine, fanzines, brochure e dépliant.

Fotografia / Video

Cenni storici e culturali sullo sviluppo della fotografia.
Introduzione allo studio dell'immagine fotografica e alle tecniche fotografiche basilari (la fotocamera digitale e gli accessori, l'esposizione, il flash, la messa a fuoco, i filtri fotografici, taglio, composizione dell'immagine, luce).
Elementi di software per la fotografia digitale e per il ritocco attraverso l'impiego del pacchetto Adobe.
Sviluppo del frame digitale in contenuti video per la produzione di filmati, spot, videoclip, cortometraggi.
I moduli dedicati alla visual communication, al video editing e alla video production prevederanno una conoscenza approfondita dei software di After Effects e Premiere Pro.

Tecniche di stampa

Le varie tipologie di approccio alla stampa, dalle tecniche classiche a quelle più sperimentali, con laboratori all'interno dei quali sarà possibile dar vita ai propri project works, per toccare con mano gli aspetti teorici approfonditi durante il corso dell'anno.

Brand & Packaging

Analisi e studio del logotipo, del pittogramma, dell'ideogramma, del manuale e del marchio. Studio della corporate identity attraverso le scelte aziendali intraprese dal brand e la produzione commercializzata negli anni. Sviluppo delle linee di confezionamento e distribuzione del prodotto.



MATERIE - 1°anno

Marketing & Business Management

Analisi strategica di marketing: metodologia e tecniche di analisi e ricerca. La politica di prodotto: tipologia e tipicità del prodotto, unique selling proposition, sviluppo di prodotto e delle collezioni. Product mix: branding, labelling, licensing. Standardizzazione, specializzazione, differenziazione o globalizzazione. La politica di distribuzione e la scelta del sistema distributivo; le alleanze distributive e la logistica.

Digital Marketing

Studio delle nuove tecnologie come strumento di sviluppo di un'impresa sempre più interconnessa e digitale.

Attraverso le leve del marketing digitale, sarà possibile interpretare le esigenze contemporanea all'interno dei processi strategici che nascono dalla identificazione di K.P.I. specifici. Il corso fornirà la conoscenza dei processi analitici, degli strumenti strategici e di quelli operativi, con particolare riferimento al web e a tutte le tecnologie digitali. L'obiettivo è trasferire un know how di pianificazione e gestione di un piano di marketing digitale completo e integrato. Tecniche di SEO, SEM, DEM e progettazione WEB in ottica UI - UX, con un focus sull'ottimizzazione delle risorse digitali e del budget per un corretto posizionamento sui motori di ricerca e la costruzione della propria presenza online.

Computer Grafica

Nozioni d'informatica applicate alla comprensione e all'utilizzo della computer grafica per il trattamento dei file digitali. Primo approccio con gli strumenti informatici necessari per ritoccare, elaborare, migliorare e applicare effetti speciali alle immagini. Fondamenti della progettazione grafica, della parola scritta, dell'immagine. Il programma si sviluppa con lezioni pratiche al computer, utilizzando il software di fotoritocco.



MATERIE - 1°anno

Digital Communication

La comunicazione: elementi fondamentali, strumenti e mezzi. Classificazione e analisi dei new media. Studio del linguaggio pubblicitario, strategie di comunicazione e pianificazione delle campagne pubblicitarie. Analisi ed utilizzo dei principali strumenti di comunicazione utilizzati dal panorama del fashion world: piattaforme di blogging, microblogging, social network, siti web, portali e magazine online. Studio e confronto delle strategie di posizionamento sul web dei principali fashion brand. Regole di web writing: editing di testi per il web adeguandoli alle differenze di linguaggio, logiche d'utilizzo e terminologie legate ai differenti strumenti del web. Netiquette e style guide. Media planning e messa in atto di una reale strategia di comunicazione digitale d'impresa. Moderazione di forum e gruppi di discussione, gestione di profili aziendali sui social network, redazione di materiale per attività promozionali tradizionali e sul web, strumenti nell'ambito giornalistico. La politica di vendita: il personal selling, il "quick response". La strategia postvendita e la gestione delle controversie.

Sociologia dei consumi

I comportamenti di consumo in relazione ai differenti degli stili di vita. La funzione socio – culturale dei consumi e l'iperconsumismo. La psicologia d'acquisto. La consapevolezza del consumo critico. Scelte etiche e sostenibili. Le associazioni e il sistema di protezione del consumatore.

Web Design

Questo corso vi fornirà le competenze tecniche e conoscenze concettuali per creare e gestire siti web professionali. Potrai imparare le basi di web design tra cui HyperText Markup Language (HTML), la creazione di collegamenti e l'applicazione di fogli di stile a cascata (CSS) a pagine web. Potrai inoltre gestire un sito web utilizzando i CMS.



MATERIE - 1°anno

Content Design

Il corso permetterà di comprendere e approfondire le dinamiche che attraversano la comunicazione digitale. Gli studenti conosceranno e impareranno ad usare gli strumenti fondamentali per analizzare, pianificare e attuare strategie di comunicazione digitale. Attraverso lo studio delle tecniche di copywriting: gli studenti impareranno ad usare il giusto linguaggio e la giusta forma per i diversi contesti comunicativi. Le competenze acquisite durante il corso permetteranno di sviluppare progetti di comunicazione per il web e i social media, di imparare le tecniche di content design e content curation. Il trasferimento delle competenze avverrà attraverso metodologia learning by doing. Approfondimento della conoscenza e l'uso dei social media e di altri strumenti digitali formando digital strategist, copywriter, social media manager e redattori per contenuti digitali. Produzione di contenuti per siti web, blog e social network, sviluppo di piani editoriali per iniziative digitali ed acquisizione dei fondamenti di SEO e SEO copywriting. Utilizzo dei CMS di WordPress e le principali piattaforme per la promozione a pagamento dei contenuti sui social network. Le



Brand identity and Communication

efficace.

Analisi dei trend; riflessione su marchi e collezioni d'impatto. Excursus sulla fenomenologia dei grandi brand innovativi. Il percorso per l'ideazione di un trend efficace. Analisi e confronto delle strategie comunicative moderne.

competenze acquisite permetteranno agli studenti di produrre un piano di comunicazione completo ed

MATERIE - 1°anno

Inglese

Conversazione applicata ai diversi ambiti professionali tra i quali la comunicazione aziendale e pubblicitaria. L'obiettivo è di giungere ad un'avanzata capacità comunicativa, di comprensione e produzione di testi di diversa tipologia (da forme sintetiche e immediate di comunicazione a forme più complesse come l'articolo di giornale, gli articoli per il web, ecc.). Attraverso role-play ed esercitazioni pratiche gli studenti dovranno essere in grado di interagire in base a ruoli assegnati.

Social Media Marketing

Social Network vs. Social Media: panoramica sul vasto mondo dei social: Instagram, Pinterest, Tik Tok. Un percorso formativo finalizzato all'analisi delle dinamiche di funzionamento tecnico dei principali social network. Con particolare attenzione a Facebook e Instagram, ma anche LinkedIn, Twitter e Pinterest. L'obiettivo principale è quello di acquisire le competenze teoricopratiche per la gestione strategica di pagine ufficiali e profili business. Un modulo didattico di livello avanzato con l'obiettivo di rendere gli studenti autonomi nella realizzazione di una strategia di Social Media Marketing e, capaci di gestire in modo ragionato e funzionale l'uso della piattaforma Facebook Ads per la pianificazione, il monitoraggio e la reportistica di campagna advertising ad obiettivi diversificati. Sito web e blog: differenze tecniche e utilizzo. Brand vs Brand Identity. L'arte del Copy: la creazione di un naming e del suo Pay-off. Il posizionamento di uno sito web, analisi strategica e attività. Influencer Marketing: panoramica su una strategia digitale in ascesa. Mail Marketing: caratteristiche e utilizzo. Facebook Ads: obiettivi, target, creatività. Facebook Ads e Business Manager.



MATERIE - 1°anno

Portfolio lavori

Creazione di un portfolio creativo attraverso l'utilizzo del software di Indesign. Studio preliminare per la selezione dei contenuti e scelta dei criteri di progettazione, che forniranno le chiavi interpretative per la presentazione del candidato come professionista nel settore di riferimento, in occasione di project works, colloqui ed assessment nel mondo lavorativo.

E-Commerce

Studio degli aspetti strategici e operativi legati all'adozione di nuovi modelli di business focalizzati sul mondo digitale, concentrandosi in particolare sul ruolo delle tecnologie internet-based nell'impresa e nelle relazioni con gli stakeholder. Dal marketing plan alla piattaforma di vendita online si passerà agli strumenti di email marketing, content marketing e digital advertising. Attraverso lo studio di casi pratici, la partecipazione a lavori di gruppo e l'incontro con consulenti e manager attivi nei contesti digitali, il corso consentirà di sviluppare le competenze necessarie per un efficace utilizzo delle tecnologie nel business di impresa, oggi imprescindibile nell'acquisizione di nuovi canali di vendita globali.

Self marketing & Soft Skills

Imparare a considerare se stessi come prodotto, studiare e applicare gli strumenti di marketing per il conseguimento degli obiettivi personali. Condurre delle negoziazioni, creare il proprio cv in italiano e in inglese, redigere una lettera di presentazione, gestire le telefonate, scrittura delle e-mail in italiano e in inglese per prendere appuntamenti, messaggi e per il customer service, oltre a sviluppare competenze specifiche per la realizzazione di meeting e presentazioni aziendali.



CONTATTI



♀ Harim - Sede Centrale

Via Gabriele D'Annunzio, 31 – 95128, Catania (CT) Tel/ Fax (+39) 095 7164138

9 Harim Hub

Via Pietro Toselli, 31 – 95129, Catania (CT) Tel (+39) 0952866357

- www.harim.it www.castdiva.com www.harimag.com www.madeinmedi.org