

Denominazione Corso	VideoMaker youtuber
Requisiti accesso	Assolto obbligo o esserne prosciolto
Sezione	Sezione 1 - Offerta Formativa Libera
Settore	comunicazione pubblicità pubbliche relazioni
Ambito (Solo se nuovo YG)	Descrizione Ambito (Solo se nuovo YG) Nuovi settori hi-tech nella Regione Puglia
Descrizione Ambito (Solo se nuovo YG)	New media, intrattenimento, informazione, comunicazione e pubblicità, media tradizionali e piattaforme di nuova generazione
Figura di Riferimento	Figura non codificata
Descrizione Figura	<p>Il corso per Videomaker Youtuber si pone come obiettivo la formazione di una figura professionale molto ricercata nel panorama della comunicazione digitale. È una figura in grado di lavorare da solo o in team, come freelance o in agenzia di comunicazione. Tale figura deve possedere conoscenze e competenze degli strumenti e delle tecniche di commercializzazione e di funzionalità dal prodotto video al messaggio che si vuol trasmettere e deve acquisire un senso estetico complementare alla visione comunicativa.</p> <p>Internet ha aperto le porte a nuovi modi di comunicare che nel corso degli anni si sono sviluppati in quelli che oggi conosciamo come social network. Il maggiore di questi, YouTube, diventa sempre più uno dei portali di accesso maggiori al Web. Diventare uno youtuber è l'aspirazione di tantissimi giovani che vedono un'opportunità di guadagno facendo qualcosa di creativo ed estremamente personale.</p>
Obiettivi di Apprendimento (competenze in uscita)	<p>Al termine del percorso formativo i destinatari acquisiranno le seguenti conoscenze e/o competenze in uscita:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Software per l'elaborazione di prodotti grafici multimediali. • Tecniche base di ripresa video. • Tecniche di sottotitolazione di video e taggatura di immagini. • Tecniche di trattamento audio e video digitali. • Tecniche di e-commerce. • Conoscere l'importanza ed il potenziale dei video online e del web video marketing; • Conoscere YouTube e tutti i suoi meccanismi (canale, playlist, community, advertising,...); • Conoscere le dinamiche che intersecano i Social Media e l'engagement creato dai cosiddetti "viral video"; • Utilizzare i software dedicati al montaggio video, tecniche performative e di marketing. • Applicare linee guida e tecniche per la taggatura e la sottotitolazione di immagini e video • Applicare tecniche di fotografia e registrazioni immagini. • Utilizzare la macchina fotografica e la video camera digitale

	<ul style="list-style-type: none"> • Utilizzare software e strumentazioni di base per il montaggio di applicazioni multimediali • Utilizzare software e tecniche per la creazione ed elaborazione di immagini e di grafici animati • Utilizzare software e tecniche di e-commerce • Costruire e posizionare un video in termini di ricerca Seo; • Analizzare case histories di successo per comprenderne tecniche e strategie di chi innesca dei video virali su Youtube, ma anche in relazione ad altri social come Facebook e Twitter.
Durata (in ore)	140
N.ro Ore Aula	140
N.ro Ore Laboratorio	
Struttura del Percorso e Contenuti Formativi	<p>1. TECNICHE DI RIPRESA VIDEO - 30 ore: Le riprese. Le impostazioni della videocamera. Le modalità di ripresa. Il riversamento digitale. Il montaggio: il software e il suo funzionamento.</p> <p>2. VIDEOMAKER, PRODUZIONE E MONTAGGIO - VIDEO PROFESSIONALE - 60 ore Introduzione a Premiere. L'interfaccia Acquisizione e gestione dei contributi. Metadati e trascrizione dei dialoghi. Editing avanzato. Uso delle transizioni. Effetti video. Animazione di effetti e clip. Tecniche di post produzione. Compositing e correzione del colore. Editing e mixaggio audio. Esportazione del lavoro. Integrazione di Premiere con altri applicativi. After Effects. L'interfaccia e le basi. Le basi dell'animazione. Lavorare con le maschere. Creare e animare il testo. Assistenti per l'animazione. Il paretting e le basi delle espressioni. Il compositing. Stabilizzazione e tracciamento del movimento. Effetti particellari e pittorici. Animazione nello spazio 3D. Effetti e strumenti creativi. La gestione dell'audio. Integrazione con altri applicativi. Rendering ed esportazione del video. Linguaggio fotografico. Inquadrature, campi e piani di ripresa. La fotografia nel video. Regole fotografiche applicate al video. Luce e temperature colore. Tecniche fotografiche. Ottiche utilizzate. Uso reflex nel video. Tipi di riprese e movimenti di camera. Strumenti di ripresa video. Regole di montaggio video. utilizzo di software per montaggio video. Utilizzo di software per animazione grafica nel video. Componente psicologica della comunicazione video. Audio e musica nel video. Linguaggio filmico narrativo. Sceneggiatura. Storyboard. Realizzazione riprese. Montaggio audio video ed esportazione.</p> <p>3. YOUTUBE MARKETING - 50 ore Caratteristiche del video per il web. Le fasi e la durata di un video su youtube. Come si realizza un video online. Durata di un video promozionale.</p>

	Migliorare la struttura dei video ed avere engagement più alti. Posizione di un video su youtube. Le statistiche per misurare l'efficacia del video marketing. Strategia digitale che utilizzi i video. Analisi Dei Linguaggi Pubblicitari E Pertinenza Allo Sviluppo Del Messaggio. Analisi delle specificità dei servizi/prodotti offerti e inquadramento nel mercato dei competitors. Scelta del messaggio e scelta del linguaggio.
Modalità Valutazione Finale degli Apprendimenti	Si prevede una verifica sommativa a conclusione del percorso. Gli strumenti previsti sono a discrezione del docente: l'osservazione, questionari di verifica a risposta multipla e/o aperta. Al termine del percorso formativo verranno rilasciati "ATTESTATI DI FREQUENZA CON PROFITTO", a cura dell'Organismo Formativo
Attestazione finale	Attestato di Frequenza con profitto
Fabbisogno Occupazionale	<p>Il percorso formativo favorirà l'acquisizione di competenze spendibili nel mercato del lavoro. E' una figura professionale in grado di realizzare in completa autonomia un prodotto audiovisivo. L'evoluzione tecnologica che ha accresciuto la disponibilità di tecnologie prosumer (videocamere e software di editing digitali) ha aumentato la diffusione di tale figura professionale che racchiude sia competenze narrative sia competenze tecniche multimediali, quali gestione di telecamere digitali, software di montaggio, area del web design, fotografia, grafica.</p> <p>La figura trova lavoro nei settori dei new media, dell'intrattenimento, dell'informazione, della comunicazione e in ambito pubblicitario, nei media tradizionali e su piattaforme di nuova generazione. Potrà esercitare come freelance realizzando contenuti di tipo artistico (ad es. videoclip low-budget, backstage, ecc.) oppure reportage e inchieste di tipo giornalistico (videoreporter).</p>

3.1.7.2.1.1 cameramen

3.1.7.2.1.14 tecnico regia video

3.1.7.2.1.20 tecnico riprese esterne

3.1.7.2.3.11 montatore rvm