

viscom<sup>+</sup>

 **syndicom**  
GEWERKSCHAFT MEDIEN UND KOMMUNIKATION  
SYNDICAT DES MÉDIAS ET DE LA COMMUNICATION  
SINDACATO DEI MEDIA E DELLA COMUNICAZIONE  
SINDICAT DA LAS MEDIAS E DA LA COMMUNICAZIUN

**syna**

## Piano di formazione

Relativo all'ordinanza della SEFRI del [data di emanazione nuova OFOR] sulla formazione professionale di base

## Interactive media designer con attestato federale di capacità (AFC)

del [data di redazione e firma del piano di formazione da parte dell'oml, cfr. pag. 10 del presente documento]

**N. professione 47117**

## Indice

<b>1. Introduzione</b> .....	<b>3</b>
<b>2. Fondamenti pedagogico-professionali</b> .....	<b>4</b>
2.1 Introduzione sull'orientamento alle competenze .....	4
2.2 Descrizione delle quattro dimensioni di ogni competenza operativa.....	5
2.3 Livelli tassonomici degli obiettivi di valutazione (secondo Bloom).....	5
2.4 Collaborazione tra i luoghi di formazione .....	6
<b>3. Profilo di qualificazione</b> .....	<b>7</b>
3.1 Profilo professionale .....	7
3.2 Tabelle delle competenze operative .....	9
3.3 Livello richiesto per la professione .....	9
<b>4. Campo di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione</b> .....	<b>10</b>
<b>Elaborazione</b> .....	<b>32</b>
<b>Allegato 1: Elenco degli strumenti volti a garantire e attuare la formazione professionale di base nonché a promuovere la qualità</b> .....	<b>33</b>
<b>Glossario</b> .....	<b>34</b>

## Elenco delle abbreviazioni

<b>AFC</b>	attestato federale di capacità
<b>CFP</b>	certificato federale di formazione pratica
<b>CI</b>	corsi interaziendali
<b>CSFO</b>	Centro svizzero di servizio Formazione professionale   Orientamento professionale, universitario e di carriera
<b>CSFP</b>	Conferenza svizzera degli uffici cantonali della formazione professionale
<b>LFPPr</b>	legge federale sulla formazione professionale (legge sulla formazione professionale), 2004
<b>ofor</b>	ordinanza sulla formazione professionale di base (ordinanza in materia di formazione)
<b>OFPr</b>	ordinanza sulla formazione professionale, 2004
<b>oml</b>	organizzazione del mondo del lavoro (associazione professionale)
<b>SEFRI</b>	Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione

## 1. Introduzione

In quanto strumento per la promozione della qualità<sup>1</sup> sulla formazione professionale di base il piano di formazione per Interactive media designer con attestato federale di capacità (AFC) descrive le competenze operative che le persone in formazione devono acquisire entro la fine della qualificazione. Al contempo, il piano di formazione aiuta i responsabili della formazione professionale nelle aziende di tirocinio, nelle scuole professionali e nei corsi interaziendali a pianificare e svolgere la formazione.

Per le persone in formazione il piano di formazione costituisce uno strumento orientativo.

---

<sup>1</sup> Cfr. art. 12 cpv. 1 lett. c dell'ordinanza del 19 novembre 2003 sulla formazione professionale (OFPr) e art. 9 dell'ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale di base (ordinanza in materia di formazione; ofor) Interactive media designer AFC.

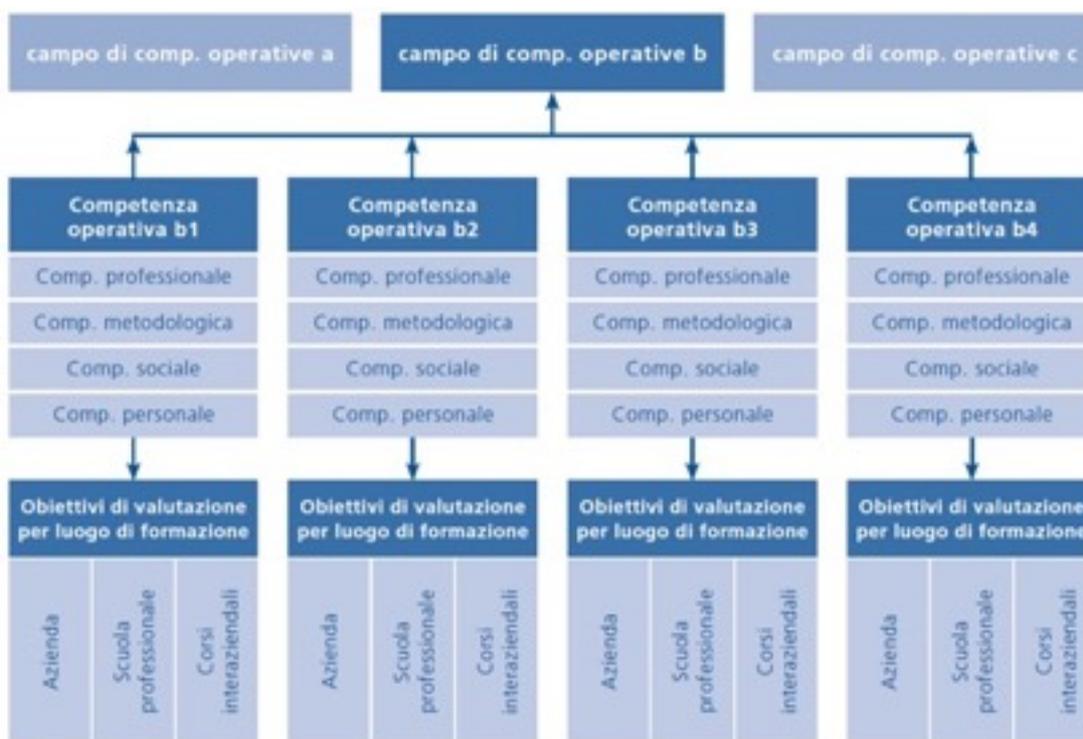
## 2. Fondamenti pedagogico-professionali

### 2.1 Introduzione sull'orientamento alle competenze

Il presente piano di formazione costituisce il fondamento pedagogico-professionale della formazione professionale di base degli Interactive media designer AFC. L'obiettivo della formazione professionale di base è insegnare a gestire con professionalità situazioni operative tipiche della professione. Per raggiungere quest'obiettivo, durante la formazione le persone in formazione sviluppano le competenze operative descritte nel piano di formazione. Tali competenze vanno intese e definite come standard minimi di formazione che verranno poi verificati nelle procedure di qualificazione.

Il piano di formazione enuncia concretamente le competenze operative da acquisire, rappresentate sotto forma di campi di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione.

*Campi di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione*



La professione di Interactive media designer AFC comprende **quattro campi di competenze operative** che descrivono e giustificano i campi d'intervento permettendo di distinguerli uno dall'altro.

Esempio: campo di competenze operative a «Preparazione dei progetti»

Ogni campo di competenze operative comprende un determinato numero di **competenze operative**. Nel campo di competenze operative a «**Preparazione dei progetti**» sono dunque raggruppate quattro competenze operative. Queste ultime corrispondono a situazioni operative tipiche della professione e descrivono il comportamento che ci si aspetta dalle persone in formazione in tali casi. Ogni competenza operativa include quattro dimensioni: la competenza professionale, metodologica, sociale e personale (vedi 2.2); in quei contesti esse sono integrate negli obiettivi di valutazione.

Per garantire che l'azienda di tirocinio, la scuola professionale e i corsi interaziendali forniscano il proprio apporto allo sviluppo delle competenze operative, queste ultime vengono concretizzate in **obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione**. Ai fini di una cooperazione ottimale tra i luoghi di formazione, gli obiettivi di valutazione sono armonizzati tra loro (vedi 2.4).

## 2.2 Descrizione delle quattro dimensioni di ogni competenza operativa

Le competenze operative comprendono la competenza professionale, metodologica, sociale e personale. Affinché gli Interactive media designer riescano ad affermarsi nel mercato del lavoro, durante la formazione professionale di base le persone in formazione acquisiscono tutte le competenze in tutti i luoghi di formazione (azienda di tirocinio, scuola professionale, corsi interaziendali). Il seguente schema sintetizza contenuti e interazioni delle quattro dimensioni di cui si compone una competenza operativa.

### Competenza operativa



## 2.3 Livelli tassonomici degli obiettivi di valutazione (secondo Bloom)

Ogni obiettivo di valutazione viene valutato tramite un livello tassonomico (livello C; da C1 a C6). Il livello C indica la complessità dell'obiettivo. Ecco i vari livelli nel dettaglio:

Li-vello	Definizione	Descrizione
C 1	Sapere	Gli Interactive media designer AFC ripetono le nozioni apprese e le richiamano in situazioni simili. <i>(Il piano di formazione per Interactive media designer AFC non prevede il livello C1.)</i>
C 2	Comprendere	Gli Interactive media designer AFC spiegano o descrivono le nozioni apprese con parole proprie. Esempio: gli Interactive media designer AFC spiegano struttura, senso e utilità della documentazione dell'apprendimento.
C 3	Applicare	Gli Interactive media designer AFC applicano le capacità/tecnologie apprese in diverse situazioni. Esempio: gli Interactive media designer AFC redigono e svolgono descrizioni di progetto chiare e complete per progetti concreti, nella lingua nazionale locale e in inglese.
C 4	Analisi	Gli Interactive media designer AFC analizzano una situazione complessa scomponendo i fatti in singoli elementi e individuando la relazione fra gli elementi e le caratteristiche strutturali. Esempio: gli Interactive media designer AFC riconoscono e analizzano le informazioni veicolate dai media in termini di contenuto, espressione, diffusione ed effetto.
C 5	Sintetizzare	Gli Interactive media designer AFC combinano i singoli elementi di un fatto e li riuniscono per formare un insieme. Esempio: gli Interactive media designer AFC analizzano situazioni comunicative tipiche e classificano i messaggi in funzione del contenuto.
C 6	Valutare	Gli Interactive media designer AFC valutano un fatto più o meno complesso in base a determinati criteri. Esempio: gli Interactive media designer AFC valutano le caratteristiche di lavori creativi in merito al contenuto e all'espressione creativa.

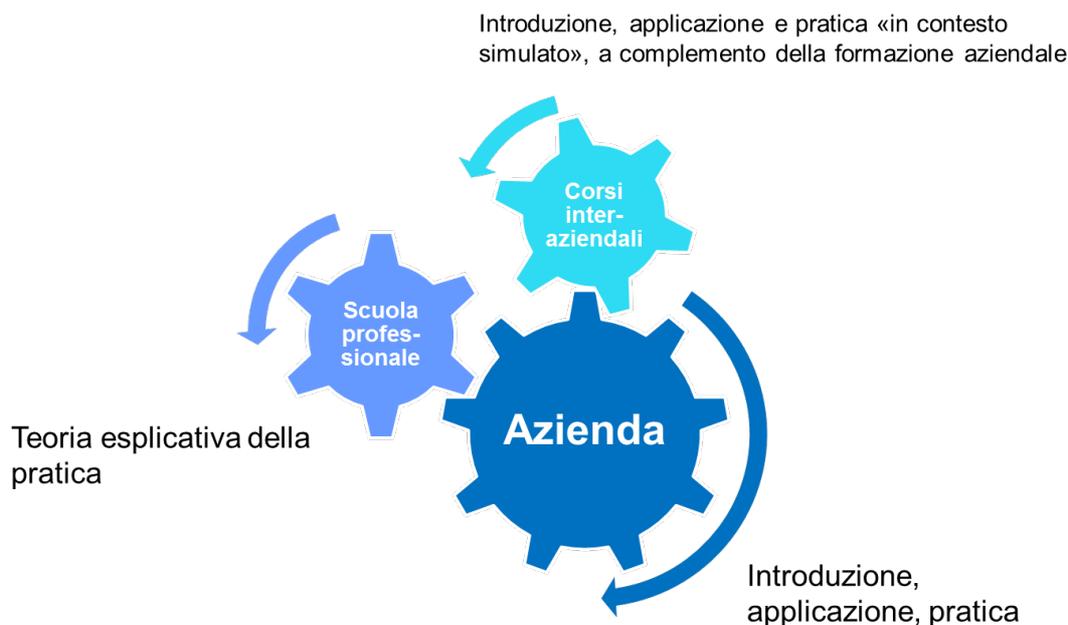
## 2.4 Collaborazione tra i luoghi di formazione

Il coordinamento e la cooperazione tra i luoghi di formazione quanto a contenuti, modalità di lavoro, calendario e consuetudini della professione sono un presupposto importante per il successo della formazione professionale di base. Per tutta la durata della formazione, le persone in formazione vanno aiutati a mettere in relazione teoria e pratica. La cooperazione tra i luoghi di formazione è dunque essenziale e la trasmissione delle competenze operative rappresenta un compito comune. Ogni luogo di formazione fornisce il proprio apporto tenendo conto del contributo degli altri. Grazie a una buona collaborazione ognuno può verificare costantemente il proprio apporto e ottimizzarlo, aumentando così la qualità della formazione professionale di base.

Il contributo specifico dei luoghi di formazione può essere sintetizzato come segue:

- azienda di tirocinio: nel sistema duale la formazione professionale pratica si svolge nell'azienda di tirocinio, in una rete di aziende di tirocinio, nelle scuole d'arti e mestieri, nelle scuole medie di commercio o in altre istituzioni riconosciute a tal fine, dove le persone in formazione possono acquisire le capacità pratiche richieste dalla professione;
- scuola professionale: vi viene impartita la formazione scolastica, che comprende l'insegnamento delle conoscenze professionali, della cultura generale e dell'educazione fisica;
- corsi interaziendali: sono finalizzati alla trasmissione e all'acquisizione di capacità fondamentali e completano la formazione professionale pratica e la formazione scolastica laddove l'attività professionale da apprendere lo richiede.

L'interazione dei luoghi di formazione può essere illustrata come segue:



La realizzazione efficace della cooperazione tra i luoghi di formazione viene sostenuta con gli appositi strumenti di promozione della qualità della formazione professionale di base (vedi allegato).

### **3. Profilo di qualificazione**

Il profilo di qualificazione descrive il profilo professionale, nonché le competenze operative da acquisire e il livello richiesto per la professione. Illustra quali sono le qualifiche che un'Interactive media designer AFC o un Interactive media designer AFC deve possedere per poter esercitare la professione in maniera competente al livello definito.

Oltre a descrivere le competenze operative, il profilo di qualificazione funge anche da base per l'impostazione della procedura di qualificazione. Inoltre, è utile per classificare il titolo nel Quadro nazionale delle qualifiche per i titoli della formazione professionale (QNQ-FP) durante l'elaborazione del supplemento al certificato.

#### **3.1 Profilo professionale**

##### **Campo d'attività**

Gli Interactive media designer AFC sono professionisti della comunicazione visiva in grado di ideare e creare media digitali interattivi. Sviluppano e integrano contenuti come immagini, testi, infografiche e produzioni audiovisive. Realizzano un ampio ventaglio di prodotti, e in particolare siti web, applicazioni, punti di vendita interattivi o newsletter.

Gli Interactive media design AFC trovano impiego, tra l'altro, presso agenzie di design, comunicazione, marketing e pubblicitarie, nelle cosiddette «digital agencies» (aziende per il web, app,UX/UI-design), in aziende di servizi nell'ambito della comunicazione istituzionale o aziendale e nelle media company (p.es. stampa, televisione, social network). Gli interactive media design AFC possono inoltre lavorare autonomamente su incarico di PMI, piccole aziende, indipendenti, strutture pubbliche e private.

Durante le fasi di svolgimento di un incarico gli Interactive media designer AFC collaborano spesso con professionisti di altri settori:

- marketing, pubblicità, public relation (p.es. grafic designer, copywriter/autori, art director, information designer, specialisti in marketing, web marketing, UX, ottimizzazione per i motori di ricerca (SEO))
- creazione ed elaborazione immagini (p.es. fotografi, illustratori, poligrafici, motion designer).
- comunicazione audiovisiva (p.es. tecnici del suono, ingegneri del suono, cutter, specialisti in effetti speciali).
- settore cinematografico (p.es. produttori, registi, sceneggiatori, animatori) e settore organizzazione eventi.
- media (p.es. giornalisti, redattori)
- web development (p.es. informatici, sviluppatori front e backend)

##### **Principali competenze operative**

Gli Interactive media designer AFC portano avanti progetti mediatici interattivi curandone tutte le fasi, ovvero pianificazione, organizzazione, realizzazione e conclusione, fino alla pubblicazione del media digitale interattivo.

Chiariscono in via preliminare le esigenze dei clienti e analizzano l'incarico in funzione dei gruppi target. Creano concetti di comunicazione e di design partendo da bozze, schizzi e ricerche dettagliate. Sviluppano e integrano contenuti come immagini, testi, infografiche e prodotti audiovisivi in base a quanto previsto dal concetto. Realizzano infine funzioni e interazioni e testano media digitali interattivi prima di pubblicarli sui sistemi di comunicazione digitale con la collaborazione di specialisti. Rimangono in contatto con il committente per tutta la durata del progetto per prendere accordi e svolgere presentazioni, e coordinano la collaborazione con i professionisti di altri settori. Nel corso di tutte le fasi di lavoro attuano le direttive concernenti la sicurezza sul lavoro, la protezione della salute e dell'ambiente.

Gli Interactive media designer AFC trascorrono buona parte del loro tempo di lavoro al computer, per questo devono conoscere a fondo le varie tecnologie per l'informazione e la comunicazione (ICT). Padroneggiano i principi della comunicazione visiva e sfruttano le capacità creative e tecniche per soddisfare appieno le esigenze di committenti e gruppi target.

Gli Interactive media designer AFC padroneggiano la lingua nazionale e l'inglese tecnico necessario per il loro lavoro.

### **Esercizio della professione**

Gli Interactive Media Design possono lavorare autonomamente o all'interno di un team. Per questo servono un elevato grado di autonomia, capacità di lavorare in team e di interazione, proattività e competenze organizzative. Sono responsabili della realizzazione degli incarichi ricevuti. Lavorano in maniera flessibile e creativa. Sono aperti alle differenze culturali a livello nazionale e internazionale e sanno affrontare le sfide poste dalla società digitale.

Gli Interactive media designer AFC seguono da vicino i vari sviluppi tecnologici. Si aggiornano costantemente sulle ultime tendenze in ambito culturale e visivo. Sono proiettati nel futuro e si adattano costantemente ai cambiamenti del mondo del lavoro e all'evoluzione dei media digitali. Sfruttano le ultime tendenze e le innovazioni tecnologiche per sviluppare e creare media digitali interattivi.

### **Contributo della professione alla società, all'economia, alla natura e alla cultura**

I media digitali interattivi sono di fondamentale importanza per la società perché trovano impiego in parecchi ambiti della vita quotidiana, come per esempio nella comunicazione mobile, nei media informativi, nel commercio on line (e-commerce), nella pubblicità, nella formazione, nei giochi video, nell'intelligenza artificiale (IA) e in altri settori ancora. Gli Interactive media designer AFC creano strumenti digitali che rendono possibile la mobilità virtuale in seno alla società, consentendo così a un vasto pubblico di accedere a contenuti.

Usano le risorse naturali necessarie per il loro lavoro con attenzione e in maniera efficiente e sostenibile. Sono consapevoli delle problematiche energetiche correlate alla digitalizzazione della società e comprendono l'impatto della digitalizzazione sul consumo di energia e di risorse.

### **Cultura generale**

L'insegnamento della cultura generale trasmette le competenze di base per orientarsi nella vita e nella società nonché per gestire le sfide private e professionali.

### 3.2 Tabelle delle competenze operative

↓ Campi di competenze operative		Competenze operative →			
a	Preparazione dei progetti	a1: registrare l'incarico del cliente e redigere la descrizione del progetto per i media digitali interattivi	a2: analizzare le esigenze dei clienti, i gruppi target e il contesto dei media digitali interattivi	a3: realizzare schizzi e bozze per media digitali interattivi	a4: presentare schizzi e bozze per media digitali interattivi e approvare l'incarico
b	Sviluppo dei concetti	b1: svolgere ricerche dettagliate per media digitali interattivi	b2: realizzare concetti di comunicazione e di design per media digitali interattivi	b3: pianificare e svolgere test di usabilità per media digitali interattivi	b4: presentare concetti di comunicazione e design per media digitali interattivi e modificarli in base alle preferenze dei clienti
c	Realizzazione del contenuto e del design	c1: pianificare progetti per media digitali interattivi	c2: creare o specificare contenuti per media digitali interattivi	c3: creare il design per i media digitali interattivi	c4: presentare contenuti e design per media digitali interattivi e tenere conto dei riscontri
d	Sviluppo di media digitali interattivi	d1: specificare o creare funzioni e interazioni per la realizzazione tecnica dei media digitali interattivi	d2: testare e pubblicare media digitali interattivi e valutarne l'introduzione	d3: concludere progetti concernenti media digitali interattivi e valutarne le varie fasi	

### 3.3 Livello richiesto per la professione

Il livello richiesto per la professione è specificato nel piano di formazione insieme agli obiettivi di valutazione delle competenze operative nei tre luoghi di formazione. Oltre alle competenze operative, viene impartita la cultura generale secondo l'ordinanza della SEFRI del 27 aprile 2006 sulle prescrizioni minime in materia di cultura generale nella formazione professionale di base (RS 412.101.241).

## 4. Campo di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione

In questo capitolo vengono descritte le competenze operative (raggruppate nei relativi campi) e gli obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione. Gli strumenti per la promozione della qualità riportati in allegato sono un sostegno alla realizzazione della formazione professionale di base e alla cooperazione fra i tre luoghi di formazione.

<p><b>Campo di competenze operative a: preparazione dei progetti</b></p> <p>Durante la fase preparatoria dei progetti per contenuti digitali interattivi si rilevano le esigenze dei committenti, si analizzano gli incarichi e si redigono le descrizioni dei progetti. Gli Interactive media designer AFC registrano le esigenze dei gruppi target, svolgono ricerche creative, di contenuto e tecniche, schizzano idee e realizzano la bozza. Definiscono la fattibilità, verificano l'adeguatezza e presentano il tutto ai committenti in maniera convincente e adeguata agli interlocutori.</p>		
<p><b>Competenza operativa a1: registrare l'incarico del cliente e redigere la descrizione del progetto per i media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC conducono il colloquio in maniera adeguata all'interlocutore, per comprendere l'incarico e registrare le esigenze dei committenti, esprimendosi nella lingua nazionale e in inglese.</p> <p>Redigono un verbale del colloquio e una descrizione del progetto nella lingua nazionale e in inglese.</p>		
Obiettivi di valutazione dell'azienda	Obiettivi di valutazione della scuola professionale	Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali
	<p><b>a1.1 Comprendere la comunicazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC spiegano le forme base e i principi di una corretta comunicazione prendendo come riferimento i modelli comunicativi correnti.</p> <p>Analizzano situazioni comunicative tipiche e classificano i messaggi in funzione del contenuto. (C5)</p>	<p><b>a1.1 Comprendere la comunicazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC applicano le forme base e i principi di una corretta comunicazione prendendo come riferimento i modelli comunicativi correnti. (C3)</p>
<p><b>a1.2 Definire le esigenze dei committenti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono le esigenze dei committenti e del relativo pubblico target con domande appropriate attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obiettivo dei committenti</li> <li>- media disponibili, incarichi e colloqui</li> <li>- media possibile/richiesto</li> <li>- identità, corporate identity, corporate design, posizionamento e mercato dei committenti</li> <li>- disposizioni specifiche dei committenti e restrizioni</li> <li>- particolarità culturali, etiche,</li> </ul>	<p><b>a1.2 Comprendere i colloqui con i clienti e di consulenza</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC descrivono le seguenti fasi dei colloqui con i clienti e di consulenza e gli specifici requisiti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- accogliere i committenti con professionalità</li> <li>- ascoltare attentamente</li> <li>- analizzare le esigenze dei clienti tramite domande mirate (domande delle 5 w, tecnica del porre domande)</li> <li>- individuare problemi, valutarli e offrire consulenza attiva</li> <li>- rispondere alle possibili obiezioni dei committenti</li> </ul>	<p><b>a1.2 Definire le esigenze dei clienti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono il pubblico target con domande appropriate, attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- obiettivo dei committenti</li> <li>- media disponibili, incarichi e colloqui</li> <li>- media possibile/richiesto</li> <li>- identità, corporate identity, corporate design, posizionamento e mercato dei committenti</li> <li>- disposizioni specifiche dei clienti e restrizioni</li> <li>- particolarità culturali, etiche, sociali ed ecologiche e</li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- sociali ed ecologiche e valori dei committenti</li> <li>- gruppi target e ambito geografico di azione</li> <li>- particolarità culturali, etiche, sociali ed ecologiche e valori del gruppo target</li> <li>- calendario</li> <li>- costi, budget</li> </ul> <p>Conducono il colloquio di consulenza in maniera adeguata all'interlocutore e mirata e illustrano ai committenti le fasi successive (lavori, scadenze, responsabilità) nella lingua nazionale o in inglese. (C5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- concludere il colloquio e la consulenza</li> <li>- accomiatarsi dai committenti (C2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- valori dei committenti</li> <li>- gruppi target e ambito geografico di azione</li> <li>- particolarità culturali, etiche, sociali ed ecologiche e valori del gruppo target</li> <li>- calendario</li> <li>- costi, budget</li> </ul> <p>(C3)</p>
<p><b>a1.3 Registrare i risultati e redigere una descrizione del progetto</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC registrano i risultati del colloquio con i clienti nella forma adeguata e redigono una descrizione del progetto secondo le disposizioni aziendali. Registrano in maniera comprensibile le seguenti disposizioni dei committenti nella lingua nazionale o in inglese:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- scopo della comunicazione</li> <li>- gruppi target</li> <li>- valori culturali</li> <li>- messaggio</li> <li>- disposizioni tecniche</li> <li>- media</li> <li>- calendario</li> <li>- limite di spesa (C3)</li> </ul>	<p><b>a1.3 Redigere una descrizione di progetto</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC descrivono struttura, contenuti e obiettivi di una descrizione di progetto. Redigono e svolgono descrizioni di progetto chiare e complete per progetti concreti, nella lingua nazionale locale e in inglese. (C3)</p>	<p><b>a1.3 Redigere una descrizione di progetto</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC descrivono struttura, contenuti e obiettivi di una descrizione di progetto. Redigono e svolgono descrizioni di progetto chiare e complete per progetti concreti, nella lingua nazionale locale o in inglese. (C3)</p>

<p><b>Competenza operativa a2: analizzare le esigenze dei clienti, i gruppi target e il contesto dei media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC conducono specifiche analisi di progetto per comprendere le esigenze dei committenti e dei gruppi target. Analizzano il contesto del progetto e dei gruppi target per ottenere informazioni utili ai fini decisionali.</p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono la fattibilità dell'incarico sulla base della descrizione di progetto, ne verificano e ne valutano l'adeguatezza e fanno una stima di massima dei costi per una bozza.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>a2.1 Analizzare le esigenze dei committenti, dei gruppi target e il contesto</b></p>	<p><b>a2.1 Analizzare le esigenze dei committenti, dei gruppi target e il contesto</b></p>	<p><b>a2.1 Analizzare le esigenze dei clienti, dei gruppi target e il contesto</b></p>

<p>Gli Interactive media designer AFC conducono specifiche analisi di progetto per comprendere le esigenze dei committenti e dei gruppi target. Analizzano il contesto del progetto e dei gruppi target per ottenere informazioni utili ai fini decisionali. (C5)</p>	<p>Gli Interactive media designer AFC conoscono vari metodi per condurre analisi di progetto specifiche. (C2)</p>	<p>Gli Interactive media designer AFC conducono specifiche analisi di progetto per comprendere le esigenze dei committenti e dei gruppi target. Analizzano il contesto del progetto e dei gruppi target per ottenere informazioni utili ai fini decisionali. (C5)</p>
<p><b>a2.2 Definire e valutare fattibilità e adeguatezza dell'incarico</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono la fattibilità dell'incarico. Verificano e valutano l'adeguatezza dell'incarico e le aspettative e le richieste dei committenti attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coerenza tra azienda, valori, obiettivi e messaggio</li> <li>- coerenza tra media e gruppi target (ambito d'azione geografico)</li> <li>- fattibilità in termini di tempo e budget (C5)</li> </ul>		
<p><b>a2.3 Effettuare una stima di massima dei costi per una bozza</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC realizzano una stima di massima dei costi per una bozza e la comunicano ai committenti. (C3)</p>		

<p><b>Competenza operativa a3: realizzare schizzi e bozze per media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC raccolgono idee e realizzano schizzi. Svolgono ricerche creative, di contenuto e tecniche, e ricorrono alla loro creatività per realizzare primi approcci progettuali. Applicano vari metodi usati in ambito User Experience e User Interface per realizzare una bozza con strumenti analogici o digitali idonei e pianificano le fasi successive.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>a3.1 Raccogliere e sviluppare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC raccolgono e sviluppano idee da soli, in team o con i committenti. Conducono un processo aperto e creativo basato su ricerche progettuali, di prodotto e tecniche. (C5)</p>	<p><b>a3.1 Raccogliere e sviluppare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC raccolgono e sviluppano idee nel quadro di un processo aperto e creativo. (C5)</p>	<p><b>a3.1 Raccogliere e sviluppare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC raccolgono e sviluppano idee nel quadro di un processo aperto e creativo. (C5)</p>

<p><b>a3.2 Visualizzare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC impiegano tecniche idonee per visualizzare le loro idee. (C5)</p>	<p><b>a3.2 Visualizzare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC impiegano tecniche idonee per visualizzare le loro idee nella forma corretta (schizzi, immagini statiche e animate, testo, diagramma di flusso ecc.). (C5)</p>	<p><b>a3.2 Visualizzare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC impiegano tecniche idonee per visualizzare le loro idee. (C5)</p>
<p><b>a3.3 Sviluppare primi approcci creativi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano primi approcci creativi, attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coerenza tra azienda, valori, obiettivi e messaggio</li> <li>- coerenza tra media e gruppi target (ambito d'azione geografico)</li> <li>- fattibilità dal punto di vista del calendario e del budget</li> </ul> <p>Effettuano una selezione da soli o in team e la motivano. (C5)</p>	<p><b>a3.3 Sviluppare primi approcci creativi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano primi approcci creativi, attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coerenza tra azienda, valori, obiettivi e messaggio</li> <li>- coerenza tra media e gruppi target (ambito d'azione geografico)</li> </ul> <p>Effettuano una selezione e la motivano. (C5)</p>	<p><b>a3.3 Sviluppare primi approcci creativi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano primi approcci creativi, attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- coerenza tra obiettivi e messaggio dell'incarico/progetto</li> <li>- coerenza tra media e gruppi target (ambito d'azione geografico)</li> </ul> <p>Effettuano una selezione e la motivano. (C5)</p>
<p><b>a3.4 Realizzare una bozza</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC realizzano una bozza comprensibile e convincente sulla base delle idee e degli approcci selezionati. (C5)</p>	<p><b>a3.4 Realizzare una bozza</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC realizzano una bozza comprensibile e convincente sulla base delle idee e degli approcci selezionati. (C5)</p>	<p><b>a3.4 Realizzare una bozza</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC realizzano una bozza comprensibile e convincente sulla base delle idee e degli approcci selezionati. (C5)</p>
	<p><b>a3.5 Descrivere le componenti di un preventivo</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC elencano i principali fattori di costo di un progetto. Elencano le componenti di un preventivo (costi interni ed esterni) e spiegano le disposizioni normative. (C2)</p>	
<p><b>a3.6 Allestire un piano di lavoro</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC allestiscono un piano di lavoro specifico per il progetto seguendo queste fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definire i compiti</li> <li>- stabilire le responsabilità</li> <li>- definire la sequenza temporale delle fasi di lavoro</li> <li>- individuare i punti critici</li> </ul> <p>Definire le scadenze progettuali. (C5)</p>	<p><b>a3.6 Definire obiettivi e requisiti del piano di lavoro</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC descrivono obiettivi, struttura e requisiti del piano di lavoro. (C2)</p>	<p><b>a3.6 Allestire un piano di lavoro</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC allestiscono un piano di lavoro specifico per il progetto seguendo queste fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definire i compiti</li> <li>- stabilire le responsabilità</li> <li>- definire la sequenza temporale delle fasi di lavoro</li> </ul> <p>Individuare i punti critici. (C3)</p>

<p><b>Competenza operativa a4: presentare schizzi e bozze per media digitali interattivi e approvare l'incarico</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC redigono in forma digitale una presentazione adeguata all'incarico e ai destinatari. Presentano le loro idee e il piano di lavoro in maniera convincente e ne illustrano le motivazioni nella lingua nazionale e in inglese. Documentano gli accordi in maniera comprensibile e integrano o modificano la descrizione di progetto nella lingua nazionale e in inglese.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>a4.1 Redigere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono la forma di presentazione adatta all'incarico e ai destinatari e la redigono nella lingua nazionale e in inglese. (C5)</p>	<p><b>a4.1 Redigere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC descrivono le forme di presentazione correnti. Spiegano i requisiti che una presentazione adeguata ai destinatari e all'incarico deve soddisfare. Selezionano la forma adeguata e allestiscono la presentazione nella lingua nazionale e in inglese. (C3)</p>	
<p><b>a4.2 Svolgere una presentazione e documentare gli accordi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC presentano le loro idee e il piano di lavoro in maniera convincente, nella lingua nazionale e in inglese, ne illustrano le motivazioni e indicano i vantaggi specifici del progetto (USP).</p> <p>Rispondono a domande, suggerimenti ed eventuali obiezioni dei committenti argomentando in maniera convincente. Documentano gli accordi, integrano o modificano eventualmente la descrizione del progetto nella lingua nazionale o in inglese e confermano l'incarico. (C5)</p>	<p><b>a4.2 Svolgere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC presentano le loro idee in maniera convincente, nella lingua nazionale e inglese, e illustrano le motivazioni e indicano i vantaggi specifici del progetto (USP). (C3)</p>	

<p><b>Campo di competenze operative b: sviluppo dei concetti</b></p> <p>Una volta approvata la bozza, gli Interactive media designer AFC svolgono ricerche dettagliate su gruppi target, mercato e contesto nella lingua nazionale e in inglese. Analizzano i risultati e li riassumono in maniera utile per il concetto. Realizzano un concetto di comunicazione e di design adeguato all'incarico e ai gruppi target nella lingua nazionale e in inglese. Pianificano e svolgono use testing per poter validare il concetto e li illustrano ai committenti.</p>
<p><b>Competenza operativa b1: svolgere ricerche dettagliate per media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC conoscono fonti digitali e analogiche e metodi adeguati per</p>

<p>svolgere ricerche dettagliate. Svolgono ricerche dettagliate, valutano i risultati e ne traggono conclusioni utili per il concetto.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>b1.1 Svolgere ricerche</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC svolgono ricerche mirate e adeguate ai gruppi target usando fonti e metodi idonei, nella lingua nazionale o in inglese, focalizzando la loro attenzione su questi aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ambito di attività, offerta e attività dei committenti e della concorrenza</li> <li>- comunicazione dei committenti e della concorrenza</li> <li>- destinatari (in particolare rapporto con i media, competenze tecniche, estensione geografica, preferenze visuali, background culturale, valori, livello di formazione)</li> <li>- ambito tematico</li> <li>- identità, valori e cultura dei committenti (C5)</li> </ul>	<p><b>b1.1 Svolgere ricerche</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC svolgono ricerche mirate e adeguate ai gruppi target usando fonti e metodi idonei, nella lingua nazionale o in inglese, focalizzando la loro attenzione su questi aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ambito di attività, offerta e attività dei committenti e della concorrenza</li> <li>- comunicazione dei committenti e della concorrenza</li> <li>- destinatari (in particolare rapporto con i media, competenze tecniche, estensione geografica, preferenze visuali, background culturale, valori, livello di formazione)</li> <li>- ambito tematico</li> <li>- identità, valori e cultura dei committenti (C5)</li> </ul>	<p><b>b1.1 Svolgere ricerche</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC svolgono ricerche mirate e adeguate ai gruppi target usando fonti e metodi idonei, nella lingua nazionale o in inglese, focalizzando la loro attenzione su questi aspetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ambito di attività, offerta e attività dei committenti e della concorrenza</li> <li>- comunicazione dei committenti e della concorrenza</li> <li>- destinatari (in particolare rapporto con i media, competenze tecniche, estensione geografica, preferenze visuali, background culturale, valori, livello di formazione)</li> <li>- ambito tematico</li> <li>- identità, valori e cultura dei committenti (C5)</li> </ul>
<p><b>b1.2 Valutare i risultati delle ricerche</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC valutano il potenziale delle ricerche a livello di contenuti e creatività nell'ottica degli obiettivi dell'incarico e ne traggono conclusioni utili per il concetto. (C6)</p>	<p><b>b1.2 Valutare i risultati delle ricerche</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC valutano il potenziale delle ricerche a livello di contenuti e creatività nell'ottica degli obiettivi del progetto e ne traggono conclusioni utili per il concetto. (C6)</p>	<p><b>b1.2 Valutare i risultati delle ricerche</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC valutano il potenziale delle ricerche a livello di contenuti e creatività nell'ottica degli obiettivi del progetto e ne traggono conclusioni utili per il concetto. (C6)</p>
<p><b>b1.3 Definire le basi per il concetto di comunicazione e di design</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono obiettivo, struttura e contenuti del concetto di comunicazione e di design sulla base delle ricerche. (C5)</p>	<p><b>b1.3 Definire le basi per il concetto di comunicazione e di design</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono obiettivo, struttura e contenuti del concetto di comunicazione e di design sulla base delle ricerche. (C5)</p>	<p><b>b1.3 Definire le basi per il concetto di comunicazione e di design</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono obiettivo, struttura e contenuti del concetto di comunicazione e di design sulla base delle ricerche. (C5)</p>

<b>Competenza operativa b2: realizzare concetti di comunicazione e di design per media digitali interattivi</b>		
<p>Gli Interactive media designer AFC realizzano idee, bozze e varianti di layout per il progetto sulla base dei risultati delle ricerche. I concetti soddisfano requisiti funzionali, sono innovativi e tengono conto delle norme di usabilità.</p>		
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>	<b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b>
	<p><b>b2.1 Riconoscere i principi della comunicazione visiva</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC interpretano e confrontano messaggi creativi e posizioni in base a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- cultura</li> <li>- arte</li> <li>- design</li> <li>- media</li> </ul> <p>Considerano inoltre gli sviluppi contemporanei. Spiegano i modelli e l'evoluzione storica della comunicazione visiva nell'ottica degli incarichi creativi. Descrivono le funzioni e le possibilità di impiego dei vari prodotti mediatici. Riconoscono e analizzano le informazioni veicolate dai media in termini di contenuto, messaggio, diffusione ed effetto. (C4)</p>	
	<p><b>b2.2 Spiegare i principi della percezione visiva</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- spiegano le condizioni fisiche alla base della percezione visiva</li> <li>- spiegano la visione spaziale</li> <li>- spiegano caratteristiche ed effetti della percezione di forme e colori e li applicano a incarichi creativi.</li> <li>- riconosco e spiegano fenomeni percettivi</li> <li>- descrivono gli aspetti psicologici di forme e colori e sono consapevoli del loro effetto sulla percezione visiva. (C2)</li> </ul>	
	<p><b>b2.3 Applicare i principi della percezione visiva</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano e progettano messaggi mirati sfruttando la</p>	<p><b>b2.3 Applicare i principi della percezione visiva</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano e progettano messaggi mirati sfruttando la</p>

	percezione visiva (C5)	percezione visiva (C5)
	<p><b>b2.4 Spiegare i requisiti relativi ai contenuti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC spiegano i requisiti relativi ai contenuti statici e animati.</p> <p><b>Contenuti statici</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine</li> <li>- testo (tipografia/carattere)</li> <li>- rappresentazioni 2D/3D</li> <li>- illustrazione</li> </ul> <p><b>Contenuti animati</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- testi animati (tipografia/carattere)</li> <li>- animazione 2D/3D</li> <li>- illustrazione animata</li> <li>- audio/video</li> <li>-</li> </ul> <p><b>Requisiti per questi contenuti:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti estetici</li> <li>- requisiti tecnici (funzionalità)</li> <li>- usability nel senso di user interface; user experience</li> <li>- requisiti etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici.</li> </ul> <p>(C2)</p>	
	<p><b>b2.5 Spiegare il funzionamento della comunicazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC spiegano il funzionamento dei media attenendosi a questi criteri:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- canale</li> <li>- estensione</li> <li>- ambiente</li> <li>- struttura</li> <li>- tecnologia</li> <li>- gerarchia</li> <li>- navigazione</li> <li>- gestione</li> <li>- svolgimento</li> <li>- costanti e variabili (C2)</li> </ul>	
	<p><b>b2.6 Spiegare linee guida e possibilità tecniche dei sistemi di comunicazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC conoscono le specifiche differenze dei media e spiegano le seguenti linee guida e possibilità tecniche dei sistemi di comunicazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- descrizione</li> <li>- possibilità tecniche e restrizioni</li> <li>- ambito d'impiego</li> </ul>	

	estensione (C2)	
<p><b>b2.7 Sviluppare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano idee creative, funzionali e innovative che soddisfano i requisiti progettuali, in particolare modo riguardo a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stile visivo</li> <li>- metodi di comunicazione digitali selezionati</li> <li>- interazione e rapporto con i media del pubblico target</li> </ul> <p>Considerano inoltre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti per i contenuti</li> <li>- funzionamento dei media</li> <li>- linee guida e possibilità tecniche dei sistemi di comunicazione (C5)</li> </ul>	<p><b>b2.7 Sviluppare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano idee creative, funzionali e innovative che soddisfano i requisiti progettuali, in particolare modo riguardo a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stile visivo</li> <li>- metodi di comunicazione digitali selezionati</li> <li>- interazione e rapporto con i media del pubblico target</li> </ul> <p>Considerano inoltre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti per i contenuti</li> <li>- funzionamento dei media</li> <li>- linee guida e possibilità tecniche dei sistemi di comunicazione (C5)</li> </ul>	<p><b>b2.7 Sviluppare idee</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano idee creative, funzionali e innovative che soddisfano i requisiti progettuali, in particolare modo riguardo a:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- stile visivo</li> <li>- metodi di comunicazione digitali selezionati</li> <li>- interazione e rapporto con i media del pubblico target</li> </ul> <p>Considerano inoltre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti per i contenuti</li> <li>- funzionamento dei media</li> <li>- linee guida e possibilità tecniche dei sistemi di comunicazione (C5)</li> </ul>
<p><b>b2.8 Realizzare concetti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC realizzano i seguenti concetti specifici per l'incarico:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concetto comunicativo</li> <li>- concetto di design (linguaggio creativo, messaggio visivo, stile creativo)</li> <li>- concetto di usabilità (usability)</li> <li>- concetto audio e video p.es. storyboard, pitch (C5)</li> </ul>	<p><b>b2.8 Realizzare concetti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC spiegano obiettivi, contenuti, strutture e requisiti relativi ai seguenti concetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concetto comunicativo</li> <li>- concetto di design (linguaggio creativo, messaggio visivo, stile creativo)</li> <li>- concetto di usabilità (usability)</li> <li>- concetto audio e video p.es. storyboard, pitch</li> </ul> <p>Realizzano questi concetti in maniera specifica per il progetto tenendo conto di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti per i contenuti</li> <li>- funzionamento dei media</li> <li>- linee guida e possibilità tecniche dei sistemi di comunicazione</li> <li>- criteri ecologici (C5)</li> </ul>	<p><b>b2.8 Realizzare concetti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC realizzano i seguenti concetti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concetto comunicativo</li> <li>- concetto di design (linguaggio creativo, messaggio visivo, stile creativo)</li> <li>- concetto di usabilità (usability)</li> </ul> <p>Realizzano questi concetti in maniera specifica per l'incarico tenendo conto di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti per i contenuti</li> <li>- funzionamento dei media</li> <li>- linee guida e possibilità tecniche dei sistemi di comunicazione</li> <li>- criteri ecologici (C5)</li> </ul>
<p><b>b2.9 Elaborare varianti di layout</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC elaborano varianti di layout specifiche per l'incarico, le valutano e le selezionano attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti dei committenti e dei gruppi target</li> <li>- corrispondenza con gli obiettivi comunicativi</li> <li>- originalità e valore innovativo</li> </ul>	<p><b>b2.9 Elaborare varianti di layout</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC elaborano varianti di layout specifiche per l'incarico con varie tecniche di espressione creativa, le valutano e le selezionano attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti dei committenti e dei gruppi target</li> <li>- corrispondenza con gli obiettivi comunicativi</li> <li>- originalità e valore</li> </ul>	<p><b>b2.9 Elaborare varianti di layout</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC elaborano varianti di layout specifiche per l'incarico con varie tecniche di espressione creativa, le valutano e le selezionano attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- requisiti del progetto e del pubblico target</li> <li>- corrispondenza con gli obiettivi comunicativi</li> <li>- originalità e valore</li> </ul>

- realizzabilità (C5)	innovativo - realizzabilità (C5)	innovativo - realizzabilità (C5)
<b>b2.10 Elaborare proposte</b>  Gli Interactive media designer AFC visualizzano proposte selezionate in maniera pertinente e convincente per i committenti. Selezionano la forma idonea per visualizzare le idee. (C5)	<b>b2.10 Elaborare proposte</b>  Gli Interactive media designer AFC visualizzano proposte selezionate in maniera pertinente e convincente. Selezionano la forma idonea per visualizzare le idee. (C5)	<b>b2.10 Elaborare proposte</b>  Gli Interactive media designer AFC visualizzano proposte selezionate in maniera pertinente e convincente. Selezionano la forma idonea per visualizzare le idee. (C5)

<b>Competenza operativa b3: pianificare e svolgere test di usabilità per media digitali interattivi</b>		
Gli Interactive media designer AFC testano il loro concetto con rappresentanti dei gruppi target al fine di individuarne errori o problemi. Preparano i test di usabilità e li sottopongono ai rappresentanti dei gruppi target, li svolgono e documentano i riscontri ricevuti. Si assicurano inoltre che i riscontri siano integrati in maniera comprensibile nel concetto perfezionato.		
<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>
<b>b3.1 Preparare i test di usabilità</b>  Gli Interactive media designer AFC selezionano un metodo adeguato per ottenere le informazioni desiderate. Preparano il test e la relativa documentazione e organizzano lo svolgimento del test. (C5)	<b>b3.1 Preparare i test di usabilità</b>  Gli Interactive media designer AFC conoscono i metodi adeguati per svolgere test di usabilità efficaci. Selezionano un metodo adeguato per ottenere le informazioni desiderate. Preparano il test e la relativa documentazione e organizzano lo svolgimento del test. (C5)	<b>b3.1 Preparare i test di usabilità</b>  Gli Interactive media designer AFC conoscono i metodi adeguati per svolgere test di usabilità efficaci. Selezionano un metodo adeguato per ottenere le informazioni desiderate. Preparano il test e la relativa documentazione e organizzano lo svolgimento del test. (C5)
<b>b3.2 Svolgere test di usabilità</b>  Gli Interactive media designer AFC guidano i partecipanti al test sul posto o in maniera virtuale durante il test. Svolgono il test di usabilità e ne documentano lo svolgimento in forma adeguata per valutazioni successive. (C5)	<b>b3.2 Svolgere test di usabilità</b>  Gli Interactive media designer AFC conoscono le fasi di lavoro per svolgere con efficacia test di usabilità. Guidano i partecipanti al test sul posto o in maniera virtuale durante il test. Svolgono il test di usabilità e ne documentano lo svolgimento in forma adeguata per valutazioni successive. (C3)	<b>b3.2 Svolgere test di usabilità</b>  Gli Interactive media designer AFC conoscono le fasi di lavoro per svolgere con efficacia test di usabilità. Guidano i partecipanti al test sul posto o in maniera virtuale durante il test. Svolgono il test di usabilità e ne documentano lo svolgimento in forma adeguata per valutazioni successive. (C3)
<b>b3.3 Valutare lo svolgimento del test e ottimizzare il progetto</b>  Gli Interactive media designer AFC valutano correttamente il test di usabilità e ne traggono le giuste conclusioni per il progetto. Correggono o ottimizzano il progetto in maniera	<b>b3.3 Valutare lo svolgimento del test e ottimizzare il progetto</b>  Gli Interactive media designer AFC conoscono le possibilità per valutare correttamente il test di usabilità e traggono le giuste conclusioni per il progetto. Correggono o ottimizzano il	<b>b3.3 Valutare lo svolgimento del test e ottimizzare il progetto</b>  Gli Interactive media designer AFC conoscono le possibilità per valutare correttamente il test di usabilità e traggono le giuste conclusioni per il progetto. Correggono o ottimizzano il

comprensibile sulla base dei risultati ottenuti dal test di usabilità. (C5)	progetto in maniera comprensibile sulla base dei risultati ottenuti dal test di usabilità. (C5)	progetto in maniera comprensibile sulla base dei risultati ottenuti dal test di usabilità. (C5)
--	--	--

**Competenza operativa b4: presentare concetti di comunicazione e design per media digitali interattivi e modificarli in base alle preferenze dei clienti**

Gli Interactive media designer AFC allestiscono una presentazione nella forma più adeguata all'incarico e ai destinatari. Presentano i loro concetti di comunicazione e di design in maniera convincente, mirata e fondata, nella lingua nazionale e in inglese. Si assicurano inoltre che i riscontri siano integrati nei concetti in maniera comprensibile.

<b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b>	<b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b>	<b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b>
<p><b>B4.1 Allestire una presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono una forma di presentazione adatta all'incarico e ai destinatari per presentare il concetto, nella lingua nazionale e in inglese. (C5)</p>	<p><b>B4.1 Allestire una presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC conoscono varie forme di presentazione. Definiscono la forma adeguata e allestiscono la presentazione del concetto nella lingua nazionale e in inglese. (C5)</p>	<p><b>B4.1 Allestire una presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC conoscono varie forme di presentazione. Definiscono la forma adeguata e allestiscono la presentazione del concetto nella lingua nazionale e in inglese. (C5)</p>
<p><b>b4.2 Svolgere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC presentano i concetti di comunicazione e di design in maniera convincente e motivata. Indicano le innovazioni specifiche per il cliente e il valore specifico per i committenti. Rispondono a domande, suggerimenti ed eventuali obiezioni dei committenti argomentando in maniera convincente nella lingua nazionale o in inglese. Documentano gli accordi, ed eventualmente integrano o modificano i concetti. (C5)</p>	<p><b>b4.2 Svolgere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC presentano i concetti di comunicazione e design in maniera convincente, li motivano usando la lingua nazionale e l'inglese e ne indicano le innovazioni. (C3)</p>	<p><b>b4.2 Svolgere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC presentano i concetti di comunicazione e design in maniera convincente, li motivano usando la lingua nazionale o l'inglese e ne indicano le innovazioni. (C3)</p>

<p><b>Campo di competenze operative c: realizzazione del contenuto e del design</b></p> <p>La realizzazione del design per media digitali interattivi consente di convertire le esigenze dei clienti in prodotti concreti. A tal fine gli Interactive media designer AFC programmano il proprio lavoro, specificano contenuti e design per media digitali interattivi in funzione del concetto e li realizzano.</p>		
<p><b>Competenza operativa c1: pianificare progetti per media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono l'attuazione del concetto e i requisiti tecnici, allestiscono la pianificazione e l'organizzazione del progetto. Tengono inoltre conto dei metodi di lavoro e di progettazione indicati ovvero ideali per il progetto (classico, agile, ecc.).</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>c1.1 Attuare il progetto e definire i requisiti tecnici</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono l'attuazione del progetto e i requisiti tecnici attenendosi a questi punti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definire i partner per l'attuazione e le singole responsabilità</li> <li>- tempo necessario, scadenze e dipendenze</li> <li>- limiti tecnici del progetto (C5)</li> </ul>	<p><b>c1.1 Attuare il progetto e definire i requisiti tecnici</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono l'attuazione del progetto e i requisiti tecnici in base al calendario. Conoscono vari metodi di lavoro o progettazione e ne applicano uno adatto (classico, agile ecc.). (C3)</p>	
<p><b>c1.2 Allestire un piano di progetto</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC allestiscono un piano di progetto seguendo le seguenti fasi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- lavori interni all'azienda</li> <li>- materiali</li> <li>- infrastruttura</li> <li>- lavori esterni</li> <li>- ulteriori contenuti rilevanti per il progetto (C5)</li> </ul>		
<p><b>c1.3 Definire la collaborazione con i partner di progetto (interna/esterna)</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC conducono il colloquio con il partner di progetto (interno/esterno) basandosi sui seguenti argomenti:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- visualizzazione e concetto</li> <li>- requisiti tecnici</li> </ul> <p>Chiariscono e risolvono le questioni aperte insieme ai partner nella lingua nazionale o in</p>		

<p>inglese. (C5)</p>		
<p><b>c1.4 Garantire la protezione della salute</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC impostano la propria postazione di lavoro in maniera ergonomica. (C3)</p>		
<p><b>c1.5 Attuare misure di protezione e sicurezza per hardware e software</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC assicurano la sicurezza e la disponibilità dei loro dati (backup) e lavorano con server e tools cloud in internet usando le precauzioni necessarie, oltre a rispettare le disposizioni aziendali. (C3)</p>	<p><b>c1.5 Attuare misure di protezione e sicurezza per hardware e software</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC assicurano la sicurezza e la disponibilità dei loro dati (backup) e lavorano con server e tools cloud in internet usando le precauzioni necessarie. (C3)</p>	
<p><b>c1.6 Attuare misure per l'ecologia in ufficio</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC usano gli strumenti di lavoro in maniera efficiente dal punto di vista energetico e smaltiscono i rifiuti in maniera sostenibile. (C3)</p>	<p><b>c1.6 Descrivere le misure per l'ecologia in ufficio</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC descrivono le misure utili per ridurre il consumo energetico degli strumenti di lavoro e smaltire i rifiuti in maniera sostenibile e le applicano, quando possibile. (C3)</p>	

<p><b>Competenza operativa c2: creare o specificare contenuti per media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano contenuti statici e animati per media digitali interattivi secondo il concetto e li realizzano.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
	<p><b>c2.1 Schizzare illustrazioni/di-segni</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- descrivono e applicano le tecniche (manuali e digitali), le sostanze, gli ambiti di impiego di colori come materiali</li> <li>- percepiscono l'effetto degli elementi formali e visivi (punto, linea, superfici, spazio)</li> <li>- identificano e usano le proporzioni</li> <li>- illustrano vari tipi di prospettiva (centrale, con due punti di fuga, del colore, aerea, proporzioni gerarchiche) e i principi della teoria delle forme</li> <li>- applicano in maniera appropriata nella propria attività creativa procedimenti di rappresentazione spaziale</li> <li>- colgono gli aspetti compositivi</li> <li>- sviluppano immagini nelle loro varie forme</li> </ul> <p>A tal fine impiegano la rappresentazione grafica più adatta. (C5)</p>	
	<p><b>c2.2 Realizzare infografiche</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC elaborano e realizzano lavori creativi con relazioni parola-immagine. (C5)</p>	
	<p><b>c2.3 Realizzare fotografie</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- descrivono le temperature di colore delle varie fonti di luce</li> <li>- spiegano l'importanza della fotografia a livello estetico e sociale</li> <li>- spiegano requisiti e strumenti d'ausilio per realizzare immagini</li> <li>- illustrano i vari generi di fotografia</li> <li>- applicano i processi di acquisizione fotografica,</li> </ul>	<p><b>c2.3 Realizzare fotografie</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- definiscono le temperature di colore adeguate con l'aiuto di varie fonti di illuminazione</li> <li>- tengono conto dell'importanza della fotografia a livello estetico e sociale</li> <li>- usano mezzi d'ausilio idonei per la produzione di immagini</li> <li>- applicano in maniera mirata i processi di acquisizione</li> </ul>

	<p>composizione, profondità di campo e illuminazione, nonché la direzione della luce</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- usano in maniera autonoma la fotografia come media visivo</li> <li>- elaborano immagini con l'aiuto di programmi, mezzi d'ausilio o strumenti adeguati. (C5)</li> </ul>	<p>fotografica, composizione, profondità di campo e illuminazione, nonché la direzione della luce</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- elaborano immagini con l'aiuto di programmi, strumenti d'ausilio o strumenti adeguati (C3)</li> </ul>
	<p><b>c2.4 Usare video/audio</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- spiegano l'importanza a livello estetico e sociale della produzione cinematografica, televisiva e audiovisiva.</li> <li>- illustrano i vari generi di produzione audiovisiva</li> <li>- elaborano narrazione e sceneggiatura per una produzione audiovisiva</li> <li>- elaborano e usano strumenti come storyboarding e piano di produzione nella fase di pre-produzione</li> <li>- registrano in maniera autonoma audio e video tenendo conto degli elementi creativi, di messa in scena e illuminazione</li> <li>- elaborano immagini video e fonti audio con programmi, mezzi d'ausilio o strumenti adeguati e li usano in maniera pertinente. (C5)</li> </ul>	<p><b>c2.4 Usare video/audio</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- tengono conto dei vari generi di produzione audiovisiva nell'attuazione</li> <li>- elaborano narrazione e sceneggiatura per una produzione audiovisiva</li> <li>- elaborano e usano strumenti come storyboarding e piano di produzione nella fase di pre-produzione</li> <li>- registrano in maniera autonoma audio e video tenendo conto degli elementi creativi, di messa in scena, della tecnica cinematografica professionale nell'ambito dell'immagine, del suono e dell'illuminazione</li> <li>- elaborano immagini video e fonti audio con programmi, mezzi d'ausilio o strumenti adeguati e li usano in maniera pertinente. (C5)</li> </ul>
	<p><b>c2.5 Comprendere la proprietà intellettuale e il diritto d'autore</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC spiegano il concetto di proprietà intellettuale e le principali disposizioni del diritto d'autore. Usano le fonti nel rispetto delle disposizioni normative e le citano correttamente. (C3)</p>	<p><b>c2.5 Considerare la proprietà intellettuale e il diritto d'autore</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC considerano le principali disposizioni della proprietà intellettuale e del diritto d'autore. Usano le fonti nel rispetto delle disposizioni normative e le citano correttamente. (C3)</p>
<p><b>c2.6 Specificare e realizzare contenuti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano i seguenti contenuti e li realizzano come indicato dal concetto con l'aiuto di tecniche manuali e digitali e relativi hardware e software:</p> <p><b>Contenuti statici</b></p>	<p><b>c2.6 Specificare e realizzare contenuti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano i seguenti contenuti e li realizzano come indicato dal concetto con l'aiuto di tecniche manuali e digitali e relativi hardware e software:</p> <p><b>Contenuti statici</b></p>	<p><b>c2.6 Specificare e realizzare contenuti</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano i seguenti contenuti e li realizzano come indicato dal concetto con l'aiuto di tecniche manuali e digitali e relativi hardware e software:</p> <p><b>Contenuti statici</b></p>

<ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine</li> <li>- testo (tipografia/carattere)</li> <li>- rappresentazioni 2D/3D</li> <li>- illustrazione</li> </ul> <p><b>Contenuti animati</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine</li> <li>- testo (tipografia/carattere)</li> <li>- rappresentazioni 2D/3D</li> <li>- illustrazione</li> <li>- audio/video</li> </ul> <p>Inoltre considerano e integrano circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine</li> <li>- testo (tipografia/carattere)</li> <li>- rappresentazioni 2D/3D</li> <li>- illustrazione</li> </ul> <p><b>Contenuti animati</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine</li> <li>- testo (tipografia/carattere)</li> <li>- rappresentazioni 2D/3D</li> <li>- illustrazione</li> <li>- audio/video</li> </ul> <p>Inoltre considerano e integrano circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine</li> <li>- animazione/3D</li> </ul> <p><b>Contenuti animati:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- immagine</li> <li>- animazione/3D</li> <li>- video</li> </ul> <p>Inoltre considerano e integrano circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>
<p><b>c2.7 Controllare testi dal punto di vista linguistico tramite programmi di correzione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC controllano il contenuto dei loro testi redatti nella lingua nazionale o in inglese e, se necessario, li ottimizzano con l'aiuto di strumenti d'ausilio come vocabolari monolingui o bilingui, database elettronici o un programma di correzione. (C5)</p>	<p><b>c2.7 Redigere testi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC controllano il contenuto dei loro testi redatti nella lingua nazionale o in inglese e, se necessario, li ottimizzano con l'aiuto di strumenti d'ausilio come vocabolari monolingui o bilingui, database elettronici o un programma di correzione. (C5)</p>	

<p><b>Competenza operativa c3: creare il design per i media digitali interattivi</b></p>		
<p>Gli Interactive media designer AFC creano il design per media digitali interattivi secondo il concetto.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
	<p><b>c3.1 Applicare i principi della semiologia/semiotica</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC decodificano correttamente i messaggi in termini di contenuto, forma e uso della terminologia tecnica.</p> <p>Valutano le caratteristiche di valori creativi in merito al contenuto e all'espressione creativa. (C6)</p>	
	<p><b>c3.2 Applicare la teoria dei colori</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC spiegano le leggi della teoria dei colori e percepiscono consapevolmente i colori come</p>	

	<p>dimensione creativa.</p> <p>Illustrano i modelli di colore e spiegano le leggi delle miscele di colori (additivo/sottrattivo) e i contrasti di colore.</p> <p>Descrivono l'interazione tra colori e tonalità di colore.</p> <p>Usano i colori come strumenti creativi. (C5)</p>	
	<p><b>c3.3 Applicare le basi della tipografia e del carattere</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- spiegano principi e regole della tipografia e li applicano regolarmente</li> <li>- sviluppano e realizzano i loro lavori creativi con strumenti manuali e software</li> <li>- verificano i loro lavori creativi dal punto di vista della leggibilità, del carattere, del messaggio e dell'effetto.</li> <li>- definiscono una gerarchia e strutturano i testi in funzione del pubblico target</li> <li>- descrivono l'evoluzione della scrittura dalle origini ai giorni nostri</li> <li>- elencano i requisiti di scrittura per i sistemi di comunicazione digitale</li> <li>- descrivono i principali formati di font digitali e le loro possibilità d'impiego</li> <li>- illustrano i principi della progettazione dei caratteri di stampa</li> <li>- valutano i caratteri dal punto di vista qualitativo con l'aiuto di una terminologia professionale e attribuiscono i caratteri a un sistema di classificazione (p.es. ZHDK)</li> </ul> <p>Usano tipografia e caratteri come strumenti creativi. (C5)</p>	
	<p><b>c3.4 Comprendere la corporate identity, il corporate design e la comunicazione marketing</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC spiegano i concetti di corporate identity e corporate design e la loro importanza per un'azienda o un'organizzazione. Spiegano i concetti base, l'obiettivo e gli strumenti della</p>	

	comunicazione marketing. Integrano il corporate design nei loro progetti. (C3)	
<p><b>c3.5 Specificare e realizzare design</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano il design secondo il concetto<sup>2</sup>. Considerano inoltre:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- corporate identity / corporate design</li> <li>- usabilità nel senso di user interface e user experience</li> <li>- requisiti dei singoli sistemi di comunicazione digitale<sup>3</sup></li> <li>- circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici</li> </ul> <p>Creano il design con l'aiuto di tecniche manuali e digitali e relativi hardware e software per media digitali interattivi. (C5)</p>	<p><b>c3.5 Specificare e realizzare design</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano il design e lo realizzano con l'aiuto di tecniche manuali e digitali e relativi hardware e software secondo il concetto per media digitali interattivi<sup>4</sup>.</p> <p>Considerano inoltre i requisiti dei singoli sistemi di comunicazione digitale. Svolgono questi lavori tenendo conto dei principi dell'usabilità nel senso di user interface e user experience. Considerano e integrano circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>	<p><b>c3.5 Specificare e realizzare design</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano il design e lo realizzano con l'aiuto di tecniche manuali e digitali e relativi hardware e software secondo il concetto per media digitali interattivi<sup>5</sup>.</p> <p>Considerano inoltre i requisiti dei singoli sistemi di comunicazione digitale. Svolgono questi lavori tenendo conto dei principi dell'usabilità nel senso di user interface e user experience. Considerano e integrano circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>

<sup>2</sup> Da intendersi come suggerimento (la lista non è esaustiva ma solo indicativa): siti web, webdoc, corporate video, titoli di coda, design dello schermo TV, schermi interattivi, libri elettronici, riviste elettroniche, app, giochi, POI / POS, trailer, newsletter, social network oltre a media digitali non ancora esistenti ma che diventeranno importanti.

<sup>3</sup> Tablet, cellulari, PC, TV, display elettronici, screen oltre a futuri media digitali

<sup>4</sup> Da intendersi come suggerimento (la lista non è esaustiva ma è solo illustrativa): iti web, webdoc, corporate video, titoli di coda, design dello schermo TV, schermi interattivi, libri elettronici, riviste elettroniche, app, giochi, POI / POS, trailer, newsletter, social network, media non ancora esistenti ma che diventeranno importanti.

<p><b>Competenza operativa c4: presentare contenuti e design per media digitali interattivi e tenere conto dei riscontri</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC allestiscono una presentazione nella forma più adeguata all'incarico e ai destinatari. Presentano contenuto e design in maniera convincente, mirata e fondata, nella lingua nazionale e in inglese. Valutano i riscontri ricevuti e li applicano, se necessario.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>c4.1 Allestire la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono una forma di presentazione adeguata all'incarico e al pubblico target per illustrare contenuti e design nella lingua nazionale e in inglese. (C5)</p>	<p><b>c4.1 Allestire la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono una forma di presentazione adeguata all'incarico e al pubblico target per illustrare contenuti e design nella lingua nazionale e in inglese. (C5)</p>	
<p><b>c4.2 Svolgere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC presentano contenuti e design in maniera convincente e motivata. Indicano le innovazioni specifiche per il cliente e il valore specifico per i committenti. Rispondono a domande, suggerimenti ed eventuali obiezioni dei committenti argomentando in maniera convincente nella lingua nazionale o in inglese. Valutano i feedback ricevuti e li applicano, se necessario. (C5)</p>	<p><b>c4.2 Svolgere la presentazione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC presentano contenuti e design in maniera convincente e motivata nella lingua nazionale e in inglese e ne indicano le innovazioni. (C3)</p>	

<p><b>Campo di competenze operative d: sviluppo di media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC sviluppano funzioni e interazioni per media digitali. Specificano e realizzano funzioni tecniche e interazioni. Testano e pubblicano media, li valutano e infine concludono il progetto.</p>		
<p><b>Competenza operativa d1: specificare o creare funzioni e interazioni per la realizzazione tecnica dei media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC definiscono e specificano funzioni e interazioni in funzione dei requisiti per i media digitali interattivi. Si orientano in base alle possibilità tecniche, al budget indicato e alle esigenze degli utilizzatori.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>d1.1 Specificare o creare funzioni tecniche e interazioni</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano funzioni</p>	<p><b>d1.1 Specificare e creare funzioni tecniche e interazioni</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC elencano i requisiti tecnici</p>	<p><b>d1.1 Specificare e creare funzioni tecniche e interazioni</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC specificano funzioni</p>

<p>tecniche e interazioni, tenendo conto di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concetto</li> <li>- usabilità nel senso di user interface e user experience</li> <li>- requisiti dei singoli sistemi di comunicazione digitale</li> <li>- circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici</li> </ul> <p>Creano funzioni e design con l'aiuto di tecniche digitali e relativi hardware e software per media digitali interattivi. (C5)</p>	<p>e specifici per l'interazione dei mezzi e dei sistemi di comunicazione.</p> <p>Allestiscono una specifica per la realizzazione di media.</p> <p>Svolgono questi lavori tenendo conto dei principi dell'usabilità nel senso di user interface e user experience. (C5)</p> <p>Considerano e integrano circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>	<p>tecniche e interazioni, tenendo conto di:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- concetto</li> <li>- usabilità nel senso di user interface e user experience</li> <li>- requisiti dei singoli sistemi di comunicazione digitale</li> <li>- circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici</li> </ul> <p>Creano funzioni e design con l'aiuto di tecniche digitali e relativi hardware e software per media digitali interattivi. (C5)</p>
<p><b>d1.2 Integrare nuove tecnologie</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC si occupano delle tecnologie attuali e future (p.es. machine learning, artificial intelligence, virtual reality) per i media digitali interattivi e le integrano nella pianificazione, nella concezione e nel design di media interattivi digitali. Considerano inoltre circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>	<p><b>d1.2 Imparare a conoscere nuove tecnologie</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC si occupano delle tecnologie attuali e future (p.es. machine learning, artificial intelligence, virtual reality) per i media digitali interattivi e le integrano nella pianificazione, nella concezione e nel design di media interattivi digitali. Considerano inoltre circostanze e standard etici, sociali, culturali, ecologici e giuridici. (C5)</p>	

<p><b>Competenza operativa d2: testare e pubblicare media digitali interattivi e valutarne l'introduzione</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC testano e pubblicano media digitali interattivi su sistemi di comunicazione digitali e documentano i risultati. Dopo l'introduzione, valutano l'uso dei contenuti e degli strumenti di comunicazione creati e pubblicati negli strumenti di analisi e usano i risultati ottenuti per trarre conclusioni utili per ottimizzarli.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>d2.1 Testare media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC testano media digitali interattivi su sistemi di comunicazione digitali (media support). Documentano i riscontri e, se necessario, apportano o fanno apportare correzioni e miglioramenti. (C5)</p>	<p><b>d2.1 Testare media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC testano media digitali interattivi su sistemi di comunicazione digitali (media support). (C4)</p>	<p><b>d2.1 Testare media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC testano media digitali interattivi su sistemi di comunicazione digitali (media support). (C4)</p>
<p><b>d2.2 Pubblicare media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC pubblicano media digitali interattivi su sistemi di comunicazione digitali (media support). (C3)</p>	<p><b>d2.2 Pubblicare media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC pubblicano media digitali interattivi su sistemi di comunicazione digitali (media support). (C3)</p>	<p><b>d2.2 Pubblicare media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC pubblicano media digitali interattivi su sistemi di comunicazione digitali (media support). (C3)</p>

<p><b>d2.3 Valutare l'inserimento dei media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC valutano i media digitali interattivi. Valutano l'uso dei contenuti dei media creati e pubblicati con l'aiuto di strumenti di analisi. Traggono conclusioni utili per la loro ottimizzazione dai risultati ottenuti. (C5)</p>	<p><b>d2.3 Valutare l'inserimento dei media digitali interattivi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC valutano i media digitali interattivi. Sono in grado di valutare l'uso dei contenuti e degli strumenti di comunicazione creati e pubblicati negli strumenti di analisi. Traggono conclusioni utili per la loro ottimizzazione dai risultati ottenuti. (C5)</p>	
--	---	--

<p><b>Competenza operativa d3: concludere progetti concernenti media digitali interattivi e valutarne le varie fasi</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC svolgono un colloquio di debriefing con i committenti e anche a livello interno e concludono il progetto a livello amministrativo. Documentano in maniera comprensibile il loro processo di apprendimento e i risultati nella documentazione dell'apprendimento.</p>		
<p><b>Obiettivi di valutazione dell'azienda</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione della scuola professionale</b></p>	<p><b>Obiettivi di valutazione dei corsi interaziendali</b></p>
<p><b>d3.1 Svolgere il colloquio di debriefing con il committente</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC svolgono il colloquio di debriefing con il committente, e discutono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- risultati/raggiungimento degli obiettivi</li> <li>- soddisfazione del cliente</li> <li>- processo di lavoro</li> <li>- collaborazione con partner interni ed esterni</li> <li>- punti con potenziale di miglioramento</li> <li>- conclusioni per progetti futuri (C3)</li> </ul>		
<p><b>d3.2 Concludere progetti a livello amministrativo</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC concludono i progetti e documentano i punti seguenti secondo le disposizioni aziendali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- completare la documentazione di progetto</li> <li>- archiviare dati</li> <li>- valutare rapporti finali (tempo, materiali, prestazioni esterne). (C3)</li> </ul>		<p><b>d3.2 Concludere progetti a livello amministrativo</b></p> <p>Gli Interactive media designer AFC concludono i progetti e documentano i punti seguenti secondo le disposizioni aziendali:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- completare la documentazione di progetto</li> <li>- archiviare dati</li> <li>- valutare rapporti finali (tempo, materiali, prestazioni esterne). (C3)</li> </ul>
<p><b>d3.3 Curano la documentazione dell'apprendimento</b></p> <p>Gli Interactive media designer</p>	<p><b>d3.3 Spiegare la documentazione dell'apprendimento</b></p> <p>Gli Interactive media designer</p>	

AFC curano la documentazione dell'apprendimento con diligenza e come indicato dalle disposizioni e ne discutono regolarmente con i propri superiori. (C3)	AFC spiegano struttura, senso e utilità della documentazione dell'apprendimento. (C2)	
---	---	--

## Elaborazione

Il piano di formazione è stato elaborato dalle competenti organizzazioni del mondo del lavoro e fa riferimento all'ordinanza della SEFRI del [data di emanazione ofor] sulla formazione professionale di Interactive media designer con attestato federale di capacità (AFC).

Il piano di formazione fa riferimento alle disposizioni transitorie dell'omonima ordinanza.

### viscom

Dr. Thomas Gsponer  
Direttore

Beat Kneubühler  
Vicedirettore  
Responsabile dipartimento formazione professionale

### syndicom, sindacato dei media e della comunicazione

Stephanie Vonarburg  
Vicepresidente

Michael Moser  
Segretaria centrale settore media

### Syna, il sindacato

Mathias Regotz  
Vicepresidente

Migmar Dhakyel  
Segretaria centrale

Dopo averlo esaminato, la SEFRI dà il suo consenso al piano di formazione.

Berna, [data/timbro]

Segreteria di Stato per la formazione,  
la ricerca e l'innovazione

Rémy Hübschi  
Direttore supplente  
Capodivisione Formazione professionale e continua

## Allegato 1: Elenco degli strumenti volti a garantire e attuare la formazione professionale di base nonché a promuovere la qualità

Documento	Centri di distribuzione
Ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale base di Interactive media designer AFC	<p><i>Versione elettronica</i>                      Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione                      (<a href="http://www.bvz.admin.ch">www.bvz.admin.ch</a> &gt; Professioni A-Z)</p> <p><i>Versione cartacea</i>                      Ufficio federale delle costruzioni e della logistica                      (<a href="http://www.pubblicazionifederali.admin.ch">www.pubblicazionifederali.admin.ch</a> )</p>
Piano di formazione relativo all'ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale di base Interactive media designer AFC	viscom
Disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione con esame finale, incluso allegato (griglia di valutazione ed eventuale documentazione delle prestazioni nei corsi interaziendali e/o nella formazione professionale pratica)	viscom
Documentazione dell'apprendimento	viscom
Rapporto di formazione	Modello SDBB   CSFO <a href="http://www.oda.berufsbildung.ch">www.oda.berufsbildung.ch</a> <a href="http://www.sdbb.ch">www.sdbb.ch</a>
Programma di formazione per le aziende di tirocinio	viscom
Dotazione minima dell'azienda di tirocinio	viscom
Programma di formazione per i corsi interaziendali	viscom
Programma quadro per le scuole professionali con descrizione dei moduli	viscom
Definizione professioni affini	viscom

# Glossario

(\* vedi Lessico della formazione professionale, 3a edizione rivista e aggiornata 2013, CSFO, Berna, [www.less.formazioneprof.ch](http://www.less.formazioneprof.ch))

## Azienda di tirocinio\*

Nel sistema duale della formazione professionale, l'azienda di tirocinio è un'azienda di produzione o di servizi in cui avviene la formazione pratica professionale. A tale scopo le aziende devono disporre di un'autorizzazione a formare rilasciata dall'autorità cantonale competente.

## Campo di qualificazione\*

Nell'ordinanza sulla formazione professionale di base si distinguono tre campi di qualificazione: lavoro pratico, conoscenze professionali e cultura generale.

- **Lavoro pratico:** esistono due tipi di lavoro pratico: il lavoro pratico individuale (LPI) e il lavoro pratico prestabilito (LPP).
- **Conoscenze professionali:** l'esame delle conoscenze professionali è la parte teorica/scolastica dell'esame finale. La persona in formazione deve presentarsi a un esame scritto o a un esame scritto e orale. In casi motivati l'insegnamento e l'esame della cultura generale possono essere integrati nelle conoscenze professionali.
- **Cultura generale:** a questo campo di qualificazione si applica l'ordinanza della SEFRI del 27 aprile 2006<sup>6</sup> sulle prescrizioni minime in materia di cultura generale nella formazione professionale di base. Se l'insegnamento della cultura generale avviene in modo integrato, viene valutato congiuntamente alle conoscenze professionali.

## Campo di competenze operative

I comportamenti professionali, ovvero quelle attività che richiedono competenze simili o che appartengono a un processo lavorativo simile, vengono raggruppati in campi di competenze operative.

## Commissione per lo sviluppo professionale e la qualità della formazione (Commissione SP&Q)

Ogni ordinanza sulla formazione professionale di base definisce nella sezione 10 una Commissione svizzera per lo sviluppo professionale e la qualità della formazione per la rispettiva professione o il rispettivo campo professionale.

La Commissione svizzera per lo sviluppo professionale e la qualità della formazione è un organo strategico composto dai partner con funzione di vigilanza, nonché un organismo orientato verso il futuro teso a garantire la qualità ai sensi dell'articolo 8 LFPr.

## Competenza operativa

La competenza operativa si esplica nella capacità di riuscire a gestire una situazione professionale concreta. Per farlo un professionista competente applica autonomamente una combinazione specifica di conoscenze, abilità e comportamenti. Durante la formazione le persone in formazione acquisiscono la necessaria competenza professionale, metodologica, sociale e personale relativa a ogni competenza operativa.

## Corso interaziendale (CI)\*

I corsi interaziendali servono a trasmettere e a fare acquisire capacità pratiche fondamentali. Essi completano la pratica professionale e la formazione scolastica.

## Documentazione dell'apprendimento\*

La documentazione dell'apprendimento è uno strumento che promuove la qualità della formazione professionale pratica. La persona in formazione aggiorna autonomamente la propria documentazione menzionando i principali lavori e le competenze operative da acquisire. Grazie alla documentazione, il formatore può vedere i progressi nella formazione e l'impegno personale dimostrato dalla persona in formazione.

## Insegnamento delle conoscenze professionali

Con l'insegnamento delle conoscenze professionali nella scuola professionale la persona in formazione acquisisce alcune qualifiche specifiche. Obiettivi ed esigenze sono stabiliti nel piano di formazione. Le note semestrali relative all'insegnamento professionale confluiscono, sotto forma di nota relativa all'insegnamento

professionale o di nota dei luoghi di formazione, nel calcolo della nota complessiva della procedura di qualificazione.

### **Lavoro pratico individuale (LPI)**

Il LPI è una delle due opzioni di verifica delle competenze acquisite nel campo di qualificazione «lavoro pratico». L'esame si svolge nell'azienda di tirocinio sulla base di un mandato aziendale. Il LPI è disciplinato per ogni professione dalle «Disposizioni esecutive per la procedura di qualificazione con esame finale».

### **Lavoro pratico prestabilito (LPP)\***

Il lavoro pratico prestabilito è l'alternativa al lavoro pratico individuale e viene controllato dai periti d'esame durante tutto lo svolgimento del lavoro. Per tutte le persone in formazione valgono le opzioni d'esame e la durata d'esame prevista dall'ordinanza in materia di formazione.

### **Luoghi di formazione\***

Il punto di forza della formazione professionale duale sta nella sua stretta relazione con il mondo del lavoro, che si riflette nei tre luoghi di formazione che impartiscono la formazione professionale di base: l'azienda di tirocinio, la scuola professionale e i corsi interaziendali.

### **Obiettivi di valutazione**

Gli obiettivi di valutazione concretizzano la competenza operativa e tengono conto delle esigenze attuali legate agli sviluppi economici e sociali. Gli obiettivi di valutazione sono armonizzati tra loro per favorire la cooperazione tra i luoghi di formazione. Solitamente aziende di tirocinio, scuole professionali e corsi interaziendali hanno obiettivi diversi, la cui formulazione può però essere identica, ad esempio per quanto concerne la sicurezza sul lavoro, la protezione della salute o le attività manuali.

### **Obiettivi ed esigenze della formazione professionale di base**

Gli obiettivi e le esigenze della formazione professionale di base sono stabiliti nell'ofor e nel piano di formazione. All'interno di quest'ultimo sono articolati in campi di competenze operative, competenze operative e obiettivi di valutazione per i tre luoghi di formazione (azienda di tirocinio, scuola professionale e corsi interaziendali).

### **Ordinanza della SEFRI sulla formazione professionale di base (ordinanza in materia di formazione; ofor)**

Ogni ofor disciplina nel dettaglio i seguenti aspetti: contenuto e durata della formazione professionale di base, obiettivi ed esigenze della formazione professionale pratica e della formazione scolastica, ampiezza dei contenuti della formazione e loro ripartizione tra i luoghi di formazione, procedure di qualificazione, attestazioni e titoli. Normalmente, l'oml chiede alla SEFRI di emanare un'ofor e la redige congiuntamente con i Cantoni e la Confederazione. L'entrata in vigore di un'ofor è stabilita d'intesa fra i partner, mentre l'emanazione spetta alla SEFRI.

### **Organizzazione del mondo del lavoro (oml)\***

L'espressione collettiva «organizzazioni del mondo del lavoro» può indicare le parti sociali, le associazioni professionali e le altre organizzazioni competenti, nonché gli operatori della formazione professionale. L'oml competente per una data professione definisce i contenuti della formazione, organizza la formazione professionale di base e istituisce l'organo responsabile dei corsi interaziendali.

### **Partenariato\***

La formazione professionale è compito comune di Confederazione, Cantoni e organizzazioni del mondo del lavoro. I tre partner uniscono i loro sforzi per garantire una formazione professionale di qualità e un numero sufficiente di posti di tirocinio.

### **Persona in formazione\***

È considerata persona in formazione chi ha concluso le scuole dell'obbligo e ha stipulato un contratto di tirocinio per apprendere una professione secondo le disposizioni dell'ordinanza sulla formazione professionale di base.

### **Piano di formazione**

Il piano di formazione integra l'ordinanza sulla formazione professionale di base e contiene, oltre ai fondamenti pedagogico-professionali, il profilo di qualificazione, le competenze operative raggruppate nei relativi campi e gli obiettivi di valutazione suddivisi per luogo di formazione. Il contenuto del piano di formazione è di

responsabilità dell'oml nazionale. Il piano di formazione viene elaborato e firmato dalla/e oml.

### **Procedura di qualificazione (PQ)\***

L'espressione «procedura di qualificazione» è utilizzata per designare tutte le procedure che permettono di stabilire se una persona possiede le competenze definite nella rispettiva ordinanza sulla formazione professionale di base.

### **Profilo di qualificazione**

Il profilo di qualificazione descrive le competenze operative che una persona in formazione deve possedere alla fine della formazione. Il profilo di qualificazione viene redatto in base al profilo delle attività e funge da base per l'elaborazione del piano di formazione.

### **Quadro europeo delle qualifiche (QEQ)**

Il Quadro europeo delle qualifiche per l'apprendimento permanente (QEQ) punta a rendere comparabili a livello europeo le qualifiche e le competenze professionali. Al fine di mettere in relazione le diverse qualifiche nazionali con il QEQ e di confrontarle con quelle di altri Stati europei, ogni Paese sviluppa un proprio Quadro nazionale delle qualifiche (QNQ).

### **Quadro nazionale per la formazione professionale (QNQ formazione professionale)**

Scopo del Quadro nazionale delle qualifiche è garantire la trasparenza e la comparabilità dei titoli della formazione professionale a livello nazionale e internazionale e promuovere in questo modo la mobilità sul mercato del lavoro. Il Quadro delle qualifiche prevede otto livelli, ognuno dei quali include le tre categorie di valutazione «conoscenze», «abilità» e «competenze». Ogni titolo della formazione professionale di base è accompagnato da un supplemento standard al certificato.

### **Rapporto di formazione\***

Con il rapporto di formazione si documenta la verifica periodica dell'apprendimento svolto in azienda. Il rapporto viene compilato durante un colloquio che avviene tra formatore e persona in formazione.

### **Responsabili della formazione professionale\***

Con il termine «responsabili della formazione professionale» si intendono tutti gli specialisti che durante la formazione professionale di base impartiscono alle persone in formazione una parte della formazione pratica o scolastica: formatori attivi nelle aziende di tirocinio, formatori attivi nei corsi interaziendali, docenti della formazione scolastica, periti d'esame.

### **Segreteria di Stato per la formazione, la ricerca e l'innovazione (SEFRI)**

In collaborazione con i partner (Cantoni e oml), la SEFRI ha il compito di assicurare la qualità e il costante sviluppo dell'intero sistema della formazione professionale. La SEFRI inoltre provvede alla comparabilità e alla trasparenza delle offerte formative in tutta la Svizzera.