



CORSO SUPERIORE DI CARTOGRAFIA

DE

**L'ANTICA CARTOGRAFIA
2010**

via E.Torelli Viollier,16
20125 MILANO
Tel/Fax +39 02.36533987 cell +39 328.0155130
www.annideagostini.jimdo.com antica.cartografia@yahoo.it

CORSO SUPERIORE DI CARTOGRAFIA

ENTE ORGANIZZATORE: Scuola di cartografia "A. e G. De Agostini"

DURATA: 3 anni

SEDE DI SVOLGIMENTO: da definirsi

DISCIPLINE IMPARTITE:

1° anno:

- 1 Cartografia, tecnica e preparazione degli originali (1), proiezioni cartografiche e loro uso, storia della cartografia.
- 2 Studio della simbologia, studio dei caratteri e dei colori, Toponomastica, uso degli strumenti (1).
- 3 Geografia fisica.
- 4 Disegno (1).
- 5 Informatica e sistemi lavorativi.
- 6 Climatologia e fitogeografia

2° anno

- 1 Disegno (2), elementi di redazione cartografica, fotolito e grafica.
- 2 Idrologia e costruzioni idrauliche.
- 3 Lingua inglese (1).
- 4 Topografia.
- 5 Informatica, uso degli strumenti (2).
- 6 Pianificazione e controllo del lavoro, tecnica e preparazione degli originali (2).

3° anno

- 1 Assistenza alla stampa e uso dei colori cartografici.
- 2 Fotogrammetria e fotointerpretazione.
- 3 Geomorfologia applicata.
- 4 GIS e GPS.
- 5 Astronomia.
- 6 Lingua inglese (2).

I corsi saranno tenuti da docenti di livello universitario e (per la parte manuale, informatica e fotografica) da persone esperte nel settore.

Ogni corso avrà una durata di minimo 150 ore al semestre

ARTICOLAZIONE DEI CORSI:

- 1[^] fase parte introduttiva di base, durante la quale sarà svolta l'attività didattica ed effettuate le esercitazioni su quanto previsto dal piano di studi. Saranno svolti viaggi di studio per esemplificare le tematiche svolte.
- 2[^] fase oltre alla finalizzazione dell'attività didattica, si valuteranno l'apprendimento tecnico e verranno effettuati lavori in equipe con l'esecuzione di elaborati che certifichino l'apprendimento delle nozioni impartite durante l'attività didattica.
- 3[^] fase finalizzazione del corso di studi con continue esercitazioni e lezioni di affinamento svolte a diretto contatto con lo studente. Sono anche previsti ore di lavoro retribuito per preparare lo studente al lavoro.

VALUTAZIONI:

- Durante i corsi verranno svolti degli accertamenti ed alla conclusione di ogni ciclo di studio si effettuerà una prova di profitto. Al termine delle varie fasi si effettuerà un esame sulle materie principali ed alla fine del corso i partecipanti dovranno effettuare un esame su tutte le materie interessate sia orale che tecnico.
- * Il punteggio sarà espresso in trentesimi.
- * Le commissioni saranno nominate con ordine del giorno.
- * Verrà compilata una graduatoria di merito risultante dal punteggio finale ottenuto fra le varie prove ed i vari lavori eseguiti.
- * La qualifica corrispondente al punteggio finale, secondo quanto contenuto nella circolare SME-Add.n. 2453/S/4 in data 04/05/1951, sarà oggetto del diploma rilasciato.

LOCALI: 2 aule 6x8 metri
1 aula riunioni collegiali
1 stanza segreteria
1 direzione
1 sala professori
1 stanza archivio
2 servizi

CORREDO: 3 computers mac per aula
3 computers PC Adobe per aula
1 tavolo 80x120 per alunno
1 tavolino porta attrezzi con 1 set attrezzi per alunno
Software cartografico di supporto
Macchinario a corredo del laboratorio

ANALISI DI UTILIZZO NEL MERCATO

Geopittoriche

La linea con maggior possibilità di collocazione, gradevole, di effetto. Consente di realizzare proposte contenute o più ricche. Il senso di antico non disturba, anzi la arricchisce grazie alla maestria dell'autore e dell'illustratore.

Mercato editoriale:

Come allegati a riviste a contenuto turistico, artistico o geografico.

Allegati a riviste per ragazzi

Allegati a riviste o pubblicazioni a connotazione religiosa.

Da collezione sull'evoluzione delle regioni italiane con un testo esplicativo.

Gioco a quiz con domande sulle specialità enogastronomiche, sull'arte e sul folklore.

Inserto allegato a libri di geografia scolastica..Poster delle singole regioni da proporre a editori con loro rete distributiva..Agende da proporre ad editori specializzati.

Mercato dell'omaggio di prestigio

In questo mercato il prodotto viene visto come un regalo fatto in varie circostanze: visite all'azienda, presentazioni, fine anno, lanci di nuovi prodotti, ecc. Le aziende che costituiscono questo mercato devono avere la tradizione di fare omaggi ai clienti, risorse economiche, sensibilità per prodotti di pregio e il loro parco clienti deve apprezzare quanto proposto.

Corrispondono a queste indicazioni: Banche, Assicurazioni, Multinazionali operanti nel software, Multinazionali nel settore energetico, Multinazionali operanti nel settore della moda e del lusso, Enti pubblici operanti sul territorio per la sua valorizzazione (Regioni, Enti turismo, Ministeri del turismo, ecc.), Aziende farmaceutiche, Intermediari, Compagnie di comunicazione, Trasporti, Agenzie di comunicazione e di pubblicità che devono proporre nuove idee alle aziende loro clienti.

Approccio commerciale

La Direzione commerciale deciderà come operare per proporre questi prodotti al mercato; formulerò comunque alcune brevi considerazioni che spero possano essere di aiuto. Per poter acquisire clienti, occorrerà creare una documentazione idonea a poter illustrare in modo esaustivo i prodotti. Si potrebbe creare un supporto (CD o depliant) che sia disponibile per le risorse di vendita e possa essere utilizzabile in modo friendly dal cliente creando all'occorrenza anche un sito internet. Con questi supporti la rete di vendita sarà facilitata nel compito.

Si dovrà anche definire un prezzario almeno orientativo in funzione degli obiettivi da raggiungere. Bisognerà anche decidere da dove iniziare l'approccio al mercato.

Da tenere presente la possibilità di utilizzare ex novo materiale da realizzare.