

COME VIENE REALIZZATO UN PROGETTO MULTIMEDIALE?				
A - Flusso di attività	B - INPUT	C - Descrizione dell'attività	D - RISULTATO	E - SISTEMA PROFESSIONALE
<p>0. BISOGNO DEL CLIENTE/COMMITTENTE</p> <p>↓</p> <p>1. ANALIZZARE LA DOMANDA DEL CLIENTE/COMMITTENTE</p> <p>↓</p> <p>2. REALIZZARE LO STUDIO DI FATTIBILITÀ</p> <p>↓</p> <p>3. REDIGERE IL PROGETTO DI COMUNICAZIONE</p>	<p>Bisogno del cliente/committen te</p> <p>Bisogni individuati, Risultato atteso e concept</p> <p>Studio di fattibilità, preventivo</p>	<p>L'input del processo è costituito dal bisogno comunicativo del committente/cliente</p> <p>Definire, durante l'incontro con il committente/cliente, il bisogno (problema comunicativo), accompagnandolo all'individuazione del risultato attraverso la formulazione di possibili soluzioni al problema</p> <p>Individuare le competenze, le tecnologie e i costi necessari per realizzare il prodotto, dopo la definizione dell'accordo sul progetto di comunicazione da realizzare</p> <p>Precisare progressivamente il progetto multimediale e la modalità di soddisfazione delle esigenze del cliente</p>	<p>Bisogni individuati, Risultato atteso e concept</p> <p>Studio di fattibilità, preventivo</p> <p>Progetto comunicativo, contratto</p>	<p>Progettista multimediale e/o account e/o produttore</p> <p>Progettista multimediale e/o project manager e/o amministrativo</p> <p>Produttore, progettista multimediale, project manager, autore multimediale, programmatore, costruttore di siti, sviluppatore, sistemista.</p>

