DAPL06 DIPLOMA ACCADEMICO DI 1° LIVELLO IN GRAPHIC DESIGN & MULTIMEDIA

Insegnamento	GRAPHIC DESIGN 2
Codice settore disciplinare	ABPR19
Docente	CRESCIOLI SOFIA
Anno di corso	2°
Semestre di insegnamento	1° E 2°
Crediti formativi	10
Propedeuticità	per sostenere l'esame di GRAPHIC DESIGN 2, è necessario aver sostenuto l'esame di GRAPHIC DESIGN 1 nell'anno accademico precedente GRAPHIC DESIGN 2 è un esame propedeutico, pertanto deve essere sostenuto nell'anno accademico precedente a quello di GRAPHIC DESIGN 3
Obiettivi formativi	L'obiettivo del corso è fornire allo studente le competenze necessarie per gestire un progetto coordinato di grafica editoriale dalla progettazione al prodotto stampato. A fine del corso lo studente dovrà dimostrare di saper produrre i seguenti elaborati: un poster, una brochure, una piccola pubblicazione.
Contenuti del corso	Le lezioni sono orchestrate su 4 ore e saranno suddivise in tre diverse aree di intervento: skills, tools, lab. **Skills:** Durante la prima parte della lezione gli studenti avranno occasione di ampliare le loro conoscenze a riguardo della grafica editoriale. Argomenti trattati: cenni di storia della grafica, la ricerca visuale, il concept, committenza e pubblico, comunicare i contenuti, la coerenza di linguaggio, il poster e la pubblicità a mezzo stampa, multipagina: dalla brochure alla piccola pubblicazione editoriale, libro, magazine e fanzine, online vs offline **Tools:** La seconda parte della lezione è dedicata allo studio degli strumenti, in particolare a InDesign. Argomenti trattati: InDesign, gestire i contenuti: il testo e le immagini, organizzare i contenuti: impaginazione e gabbie, storyboard e timone, il colore, la scelta della carta, la stampa, confezione e rilegatura **Lab:** la terza parte è dedicata alle revisioni individuali e/o collettive, alle esercitazioni e allo sviluppo dei progetti.

	Attività: ricerca visuale, esercitazioni in classe e a casa, realizzazione della moodboard, realizzazione del poster, realizzazione della brochure, realizzazione del libro/magazine/catalogo, revisioni individuali e di gruppo
Metodologia didattica	Il corso vedrà l'alternarsi di lezioni frontali e laboratori ed esercitazioni volti ad approfondire, attraverso la pratica e l'esperienza diretta, i contenuti portanti della disciplina. Sono previste attività laboratoriali e revisioni in gruppo. Durante l'anno gli studenti gli studenti dovranno consegnare degli elaborati (concordati durante le prime lezioni) che andranno a formare parte dell'esame finale.

Programma delle lezioni diviso in Unità Didattiche	UD 1	● Introduzione al corso ● Sviluppo dell'idea / Concept ● Esercitazione di gruppo, analisi campagne pubblicitarie
	UD 2	● Concept ● moodboard ● Definizione tema d'esame, brainstorming e sviluppo del concept
	UD 3	● Gerarchia delle informazioni ● Teoria della Gestalt ● Esercitazione
	UD 4	● Committenza e pubblico ● Indesign: Interfaccia e strumenti principali ● Presentazione moodboard (consegna online come da organizzazione del corso)
	UD 5	● Progettare la comunicazione di un evento: poster ● Indesign: estensione file, preferenze, margini e formato e griglia ● Revisione progetti
	UD 6	● Progettare la comunicazione di un evento: brochure ● Esercitazione Griglia magazine ● Revisione progetti
	UD 7	● Organizzazione della pagina, tipologie e uso delle griglie ● Declinazione di una campagna pubblicitaria ● Indesign: pagine mastro e organizzazione del lavoro ● Revisione progetti
	UD 8	● Scelta delle Font ● Esercitazione stress del carattere ● Revisione progetti
	UD 9	● Indesign: gestione del testo ● Presentazione poster e brochure (consegna online come da organizzazione del corso)
	UD 10	● Indesign: stili ● Revisione progetto
	UD 11	● Libri, cataloghi, magazine, fanzine: caratteristiche e differenze. ● Indesign: stili e sommario ● Discussione e confronto su libri ispirazionali
	UD 12	● Griglia e layout ● Esercitazione layout ● Revisione progetto

	UD 13	• Definizione indice progetto • Indesign: numeri di pagina e sezioni • Revisione progetto
	UD 14	• Layout e storyboard • Indesign: gestione delle immagini • Revisione progetto
	UD 15	• Il colore • Indesign: stili di oggetto spazio e profili colore • Revisione progetto
	UD 16	• Stampa • Copertina • Indesign: Stili di oggetto • Revisione progetto
	UD 17	• Bibliografia • Indesign: note • Revisione progetto
	UD 18	• Materiali: scelta della carta • Indesign: altri strumenti • Revisione progetto
	UD 19	• Rilegatura e confezione • Indesign: note • Revisione progetto: griglia, layout, indice e storyboard (consegna online come da organizzazione del corso)
	UD 20	• Indesign: ripasso generale • Revisione progetto
	UD 21	• Indesign: simulazione prova • Revisione progetto
	UD 22	• Indesign: Test finale • Revisione progetto
	UD 23	• Revisione progetto
	UD 24	• Revisione progetto
Bibliografia di riferimento		• R. Falcinelli *Critica portatile al visual design. Da Gutenberg ai social network*, Torino, Einaudi, 2014 • R. Falcinelli *Cromorama. Come il colore ha cambiato il nostro sguardo*, Torino, Einaudi, 2017 • R. Falcinelli *Figure. Come funzionano le immagini dal Rinascimento a Instagram*, Torino, Einaudi, 2020 • R. Falcinelli *Filosofia del graphic design,* Torino, Einaudi, 2022 • B. Munari *Design e comunicazione visiva*, Milano, Laterza, 1993 • B. Munari *Fantasia*, Milano, Laterza, 2017 • T. Samara *Progettare con e senza griglia*, Milano, Hoepli, 2002 • M. Teroni *Manuale di redazione*, Milano, Apogeo, 2007 • M. Teroni *Manuale di grafica e stampa*, Milano, Apogeo, 2009 • M. Vignelli *Il canone Vignelli*, Milano, Postmedia, 2011

Modalità esame finale	Lo studente verrà valutato singolarmente sulla base degli elaborati presentati. Il progetto d'esame consiste nella realizzazione di un poster, una brochure e un libro/magazine/catalogo(minimo 48 pagine) su un tema concordato con il docente. Gli studenti dovranno inoltre dimostrare di aver acquisito le competenze tecniche relative all'uso di inDesign attraverso un test in classe.
Software/s richiesto/i	Indesign
Attrezzatura necessaria o utilizzo di laboratori	
Incontri o uscite previste.	