DAPL 06 - DIPLOMA ACCADEMICO DI 1° LIVELLO IN FASHION DESIGN

Insegnamento	METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA
Codice settore disciplinare	ABTEC37
Docente	CLAUDIA PAZZAGLIA
Anno di corso	2
Semestre di insegnamento	2
Crediti formativi	4
Propedeuticità	NO
Obiettivi formativi	Comprensionedi alcune dinamiche di mercato e costruzione di uno spirito critico che possa portare alla definizione di un piano strategico consistente con i valori del proprio marchio. Capacità di visualizzazione e di rappresentazione di un progetto visivo che sia coerente in tutte le sue parti. Interpretazione di tendenze che possano essere integrate all'interno del piano comunicativo del brand.
Contenuti del corso	Il corso si sviluppa attorno a un progetto di rebranding di un marchio. Gli studenti affronteranno un percorso che li porterà ad interrogarsi su quali siano le metodologie di marketing e visive che possano migliorare il posizionamento del marchio/riportarlo nel mercato attuale. Il percorso comprenderà dunque la definizione di una strategia comunicativa attraverso l'analisi del mercato e dei competitor, l'individuazione di una mission e una vision che possano facilitare lo sviluppo di una corporate identity che sia solida e che si distingua rispetto agli altri marchi di settore. Gli studenti concluderanno il percorso attraverso la realizzazione di elaborati sia stampati che digitali per gestire anche le declinazioni attraverso cui il marchio racconterà se stesso.

	L'ultima parte del corso verrà dedicata all'inizio di un pensiero che possa portare gli studenti alla costruzione del proprio brand personale.
Metodologia didattica	Il corso intervallerà lezioni teoriche, pratiche ed esercitazioni in classe. Revisioni collettive e singole saranno costanti durante tutte le settimane di lavoro di modo che gli studenti possano essere arricchiti sia individualmente che attraverso la condivisione insieme ai compagni. Un supporto rispetto all'apprendimento dell'uso dei programmi sarà intrapreso attraverso un contributo individuale durante le ore laboratoriali.

Programma delle lezioni diviso in Unità Didattiche	UD 1	Introduzione corso. Lezione teorica. Lancio progetto finale. Formazione di gruppi.
	UD 2	Lezione teorica. Analisi di mercato (Target, swot, competitors, personas, mission e vision)
	UD 3	Moodboard, reference, color palette.
	UD 4	Redesign del logo. Revisioni.
	UD 5	Presentazione alla classe di 3 proposte di logo. Identificazione del logo finale.
	UD 6	Cartellini capi, pattern.
	UD 7	Invito sfilata lancio rebranding.
	UD 8	Pagina pubblicitaria su rivista. Definizione payoff e tone of voice della campagna.
	UD 9	Self-branding
	UD 10	Self-branding
	UD 11	Self-branding
	UD 12	Revisione finale pre-esame.

Bibliografia di riferimento	Branding. Una visione design oriented Libro di Elena Israela Wegher e Elio Carmi Grammatica del vedere: saggi su percezione e gestalt Libro di Gaetano Kanizsa Fashionpedia: The Visual Dictionary of Fashion Design, Fashionary Brand identikit: trasformare un marchio in una marca Libro di Gaetano Grizzanti Principles of Logo Design Libro di George Bokhua
Modalità esame finale	Presentazione del progetto alla classe. Prototipi fisici di cartellini, invito, borchure La partecipazione in classe, le assenze saranno considerati parte della valutazione finale.
Software/s richiesto/i	Adobe Photoshop, Adobe Illustrator, Adobe InDesign

Attrezzatura necessaria o utilizzo di laboratori	Computer
Incontri o uscite previste.	/