DAPL 11 - DIPLOMA ACCADEMICO DI 1° LIVELLO IN REGIA E VIDEOMAKING

Insegnamento	TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA
Codice settore disciplinare	ABPC65
Docente	CLAUDIA BECCHIMANZI
Anno di corso	1
Semestre di insegnamento	1°
Crediti formativi	6
Propedeuticità	-------
Obiettivi formativi	Il corso mira a fornire competenze teorico–pratiche per la progettazione di esperienze visive e multimediali centrate sull'utente, integrando design, comunicazione e tecnologie digitali contemporanee. **Obiettivi specifici** Applicare i principi dello *Human-Centred Design* e dell'*Inclusive Design* alla comunicazione audiovisiva. • Comprendere la teoria dei media, media ecology e trasformazioni socio-culturali; • Analizzare audience, contesti d'uso e bisogni dell'utente; • Progettare strategie di narrazione visiva e storytelling per media e new media; • Realizzare wireframe e prototipi in ambito UX/UI; • Gestire contenuti multicanale e piani editoriali integrati. **Competenze trasversali** • Capacità di lavoro collaborativo e revisione critica. • Autonomia nel problem solving visivo e comunicativo. • Abilità di analisi, sintesi e presentazione dei progetti. • Consapevolezza etica, inclusiva e sostenibile nella progettazione. • Attitudine alla sperimentazione e all'innovazione interdisciplinare.

Contenuti del corso	Il corso affronta i metodi e gli strumenti della progettazione visiva e comunicativa per i media digitali, con un approccio centrato sull'utente e orientato alla sperimentazione. Temi principali: • Introduzione al corso: obiettivi, metodologia e presentazione del progetto finale. • Audience, User Experience e principi di *Human-Centred Design*. • Inclusive design e tecniche di ingaggio visivo. • Metodi di ricerca utente: interviste, User Personas, User Journey Maps e touchpoint. • Fondamenti di UX/UI design: usabilità, wireframing e microcopy. • Narrazione visiva e strategie di storytelling per i nuovi media. • Content strategy e pianificazione editoriale multicanale. • Sviluppo di concept visivi e prototipazione (Figma, Canva, Miro). • Sperimentazione creativa con strumenti di AI generativa. • Testing, iterazione e ottimizzazione dei contenuti. • Revisione, presentazione e valutazione del progetto finale.
Metodologia didattica	L'attività didattica alterna teoria e laboratorio con sviluppo di un progetto finale cross-mediale, video-centrico e orientato al pubblico.

Programma delle lezioni diviso in Unità Didattiche	UD 1	**Introduzione al Corso** • Presentazione del corso, obiettivi, modalità didattiche e descrizione del progetto finale. • Fondamenti della Teoria dei media • Audience, User Experience e Human-Centred Design (HCD). **Esercitazione:** Analisi di un brand e della sua comunicazione attraverso diversi media. 10–15 slide in PDF da consegnare entro la prima ora della lezione successiva. **Software:** Miro.
	UD 2	**Metodo HCD, Narrazione e Inclusive Design** • Principi fondamentali dell'approccio Human-Centred Design. • Tecniche di ingaggio visivo e importanza dell'inclusive design. **Esercitazione:** Analisi comparativa di un contenuto declinato su diversi media, osservando come varia la narrazione e il destinatario finale mantenendo invariato il messaggio. **Software:** strumenti di scrittura e presentazione.
	UD 3	**Metodi di Ricerca Utente** • Interviste, Personas, User Journey Mapping. • Analisi di touchpoint, emozioni e pain points. • Definizione di 2–3 User Personas. **Esercitazione:** Creazione di User Personas e User Journey Maps con relativi touchpoint. **Software:** Miro e Canva.

	UD 4	**Fondamenti di UX/UI per Media e New Media** • Principi di usabilità e design thinking applicati ai media tradizionali e digitali. • Introduzione a UX/UI: wireframe, prototipazione e design inclusivo. • Microcopy e UX writing per media digitali. • Analisi di casi di successo nel design accessibile. **Esercitazione:** Revisione accessibile di un contenuto esistente con breve report sui miglioramenti proposti. **Software:** strumenti di scrittura e presentazione.
	UD 5	**UX/UI e Wireframing** • Architettura dell'informazione e principi di interazione. • Microcopy e comunicazione visiva efficace. • Introduzione pratica a Figma e prototipazione low-fidelity. **Esercitazione:** Creazione di un wireframe low-fidelity per un touchpoint principale (es. landing page, profilo social, canale video). **Software:** Figma.
	UD 6	**Narrazione Visiva, Comunicazione e Design** • Principi di narrazione visiva applicata ai nuovi media. • Storytelling visivo e strategie di branding (CTA, ritmo narrativo, adattamento alla piattaforma). • Integrazione tra forma, immagine e messaggio nei social media. **Esercitazione:** Analisi critica di un video o campagna con focus sul design narrativo. **Software:** strumenti di scrittura e presentazione.
	UD 7	**Content Strategy ed Editorial Planning** • Pianificazione di un piano editoriale multicanale basato sul content journey. • Analisi di campagne integrate e casi studio. • Scrittura di un brief e progettazione del relativo wireframe. **Esercitazione:** Progettazione di un piano editoriale multicanale su un contenuto concordato a lezione. Elaborazione di proposte wireframe low-fidelity. **Software:** Figma.
	UD 8	**Laboratorio: Avvio del Progetto Finale** • Sviluppo di un concept visivo per il progetto finale. • Integrazione tra forma, contenuto e messaggio. **Esercitazione:** Proposta di concept visivo iniziale per il progetto finale. **Software:** Figma e Canva.
	UD 9	**Uso dell'AI Generativa nella Produzione Media** • Panorama sull'AI generativa e applicazioni nei media: brainstorming, scripting e editing assistito (creazione di contenuti per l'esecitazione finale). **Esercitazione:** Revisione del progetto finale con correzioni e supervisione individuale. **Software:** Figma e Canva.
	UD 10	**Iterazione, Testing e Ottimizzazione dei Contenuti** • Metodi di testing A/B, raccolta feedback e iterazione continua. • Analisi e adattamento dei contenuti mediali in base al feedback utente. **Esercitazione:** Revisione finale del progetto con ottimizzazione dei contenuti. **Software:** Figma e Canva.
	UD 11	Revisione e prima consegna esercitazione finale. Recupero eventuali argomenti.
	UD 12	Presentazione alla classe del progetto finale e critica condivisa. Data finale per la consegna dell'esercitazione finale.

Bibliografia di riferimento	Dispense fornite dal docente con riferimenti a: • Benyon, D. (2013). Designing Interactive Systems: A Comprehensive Guide to HCI, UX and Interaction Design. Pearson. • Di Salvo, A. (2020). La costruzione dell'interazione: il ruolo della narrazione nel processo dell'interaction design. • Garrett, J. J. (2010). Elements of User Experience: User-Centered Design for the Web and Beyond. Pearson Education, London. • Gothelf, J. (2013). *Lean UX: Applying lean principles to improve user experience*. " O'Reilly Media, Inc.". • Jenkins, H. (2014). *Cultura convergente*. Maggioli Editore. • Krug, S. (2018). *Don't make me think!: Web & Mobile Usability: Das intuitive Web*. MITP-Verlags GmbH & Co. KG. • Manovich, L. (2002). The language of new media. • McLuhan, M., & Capriolo, E. (1986). *Gli strumenti del comunicare*. Milano: Garzanti. • Norman, D. (2017). La caffettiera del masochista: il design degli oggetti quotidiani. Giunti Psychometrics. • Norman, D. (2023). Design for a Better World: Meaningful, Sustainable, Humanity Centered. MIT Press. • Norman, D. A. (2004). Emotional Design: Why We Love (or Hate) Everyday Things. Civitas Books.
Modalità esame finale	Analisi critica delle esercitazioni e del progetto finale d'esame. Lo studente riceverà una valutazione sulla base di: • Partecipazione attiva e contributi alle discussioni • Qualità e rigore delle esercitazioni svolte • Progetto finale: completezza, innovazione e chiarezza nella comunicazione. **Per sostenere l'esame sono obbligatorie almeno due revisioni del progetto finale.** N.B. In caso di superare il minimo di assenze consentite è necessario farlo presente alla docente per concordare insieme la modalità di recupero più consona a seconda del tipo di lezioni perse.
Software/s richiesto/i	• Software consigliato: Figma, Canva, Pacchetto Adobe. • Accesso a strumenti AI gratuiti. • Accesso a strumenti analytics. • Tool collaborativi: Miro.
Attrezzatura necessaria o utilizzo di laboratori	• Computer portatile
Incontri o uscite previste.	N/A