DAPL 06 - DIPLOMA ACCADEMICO DI 1° LIVELLO IN
GRAPHIC DESIGN & MULTIMEDIA

Insegnamento	Graphic Design 3
Codice settore disciplinare	ABPR19
Docente	Maurizio Di Lella
Anno di corso	3°
Semestre di insegnamento	1° e 2°
Crediti formativi	10
Propedeuticità	per sostenere l'esame di GRAPHIC DESIGN 3, è necessario aver sostenuto l'esame di GRAPHIC DESIGN 2 nell'anno accademico precedente
Obiettivi formativi	L'identità di un brand rappresenta l'apice della piramide di qualsiasi processo di comunicazione, che si tratti di marchio, advertising, packaging o altro, le attività di comunicazione devono condurre il fruitore alla personalità del brand per poterlo immediatamente riconoscere. L'identità visiva serve a distinguere la marca attraverso elementi grafici univoci che ne veicolano i valori, la *brand promise* e tutti quegli aspetti che hanno la funzione di fidelizzare il target. In generale un'identità visiva serve per comunicare un'azienda, un prodotto, un servizio o un evento. Essa è solo uno degli aspetti della Brand Identity (entità molto più complessa). Il corso si sofferma esclusivamente sugli aspetti del *visual branding* il cui scopo è quello di evocare o rievocare certi valori e esperienze associate al brand. Obiettivo del corso è quello di condurre gli studenti a un'esperienza completa di *visual identity* per imparare a crearla o semplicemente a gestirla, coerentemente alla personalità del brand.
Contenuti del corso	Con l'ausilio di una metodologia che inizia con l'analisi del background, si prosegue tenendo conto degli obiettivi dichiarati nel *brief* e, attraverso un'approfondita analisi della concorrenza, alla definizione dei concept e dei relativi *visual*, per concludersi con la scelta della soluzione finale e con la sua applicazione sui diversi strumenti di comunicazione.

Metodologia didattica	Si prediligeranno le lezioni **Frontali** per la comunicazione delle nozioni generali sugli strumenti e le tecniche progettuali e le lezioni **Dimostrative** per illustrare i vari passaggi progettuali attraverso esempi concreti, per poi svolgere attività di **Gruppo** al fine di metterle in pratica, elaborando – in piccoli step verificati dal docente – i temi assegnati. Verranno altresì praticate metodologie di **Condivisione** di materiali progettuali professionali (proiezione slide) per stimolare la discussione in classe e di confronto **Individuale** sui vari problemi che emergeranno nel corso delle lezioni.

Programma delle lezioni diviso in Unità Didattiche	UD 1	Lezione di presentazione del corso, condivisione del regolamento, della timeline/scadenze e della bibliografia di riferimento Intervento professionista esterno sugli aspetti inerenti alla visual identiy.
	UD 2	Intervento professionista esterno sugli aspetti inerenti alla visual identiy.
	UD 3	Formazione dei gruppi di lavoro (3 da sei studenti o 4 da cinque, dipende dal numero di iscritti) Analisi delle caratteristiche e dell'immagine di brand esistenti con l'insegnante e confronto con gli studenti
	UD 4	Attività in gruppi: analisi delle caratteristiche e dell'immagine di 3 brand per ogni gruppo (indicati dal docente) da presentare successivamente alla classe
	UD 5	Lezione sulla presentazione grafica di un progetto di visual identity Attività in gruppi: analisi delle caratteristiche e dell'immagine di 3 brand per ogni gruppo con i quali predisporre una presentazione professionale
	UD 6	Attività individuale: Presentazione dell'analisi dei 3 brand assegnati al gruppo con discussione
	UD 7	Attività individuale: Presentazione dell'analisi dei 3 brand assegnati al gruppo con discussione
	UD 8	Confronto sui temi per il progetto d'esame Attività individuale: inizio indagine sul tema e ricerca dei competitor singolarmente per la redazione del brief
	UD 9	Conferma dei temi per il progetto d'esame Attività individuale: indagine sul tema, formulazione del brief, ricerca e analisi dei competitor
	UD 10	Consegna dei brief impaginato e messa a punto dei dettagli dopo confronto con il gruppo e con l'insegnante Attività individuale: Analisi della concorrenza da un punto di vista grafico e di comunicazione
	UD 11	Lezione sul brainstorming Attività individuale: presentazione del brief del progetto scelto e dei competitor
	UD 12	Attività in gruppi: brainstorming per il naming
	UD 13	Scelta del naming Attività individuale: analisi dei possibili concept, da discutere poi con il gruppo e con l'insegnante
	UD 14	Conferma dei concept e ricerca reference grafiche per ciascun concept

	UD 15	Finalizzazione delle reference grafiche- dopo confronto con il gruppo e con l'insegnante
	UD 16	Attività individuale: Progettazione loghi per i 3 concept
	UD 17	Attività individuale: Progettazione loghi per i 3 concept
	UD 18	Attività individuale: Progettazione loghi per i 3 concept
	UD 19	Attività in classe: presentazione del progetto e dei 3 concept elaborati
	UD 20	Attività in classe: presentazione del progetto e dei 3 concept elaborati
	UD 21	Lezione sul manuale di corporate identity e sul coordinato aziendale
	UD 22	Attività in classe: Prove di stampa e progettazione degli elementi da inserire nel manuale di corporate
	UD 23	Attività in classe: Progettazione del manuale di corporate
	UD 24	Attività in classe: Progettazione del manuale di corporate
Bibliografia di riferimento	Graziano Cipollina LA PERCEZIONE DELLA MARCA. Un approccio psicometrico Lupetti Editore Gianni Aimar CERCARE UN SEGNO. Creatività e comunicazione: la sintesi come metodologia. Lupetti Editore Geppi De Liso Tutto quello che occorre sapere Lupetti Editore Vanni Pasca; Dario Russo CORPORATE IMAGE. Un secolo di immagine coordinata dall'Aeg alla Nike Lupetti Editore Andrea Semprini LA MARCA. Dal prodotto al mercato, dal mercato alla società Lupetti Editore Jean-Marie Floch, Giulia Ceriani IDENTITÀ VISIVE. Costruire l'identità a partire dai segni Lupetti Editore Jean-Marie Floch SEMIOTICA, MARKETING E COMUNICAZIONE. Dietro i segni, le strategie Lupetti Editore	
Modalità esame finale	Per l'esame è richiesta la realizzazione di un progetto di visual identity che il candidato dvrà presentare tramite supporto digitale e spiegarne gli intenti progettuali	

Software/s richiesto/i	Nessuno
Attrezzatura necessaria o utilizzo di laboratori	Computer per gli studenti con software installati (Illustrator, Photoshop, InDesign) Schermo per proiezione slide Stampante A3 Armadio per depositare materiali didattici del docente e degli studenti
Incontri o uscite previste.	