

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Metodologia della progettazione (immagine coordinata)	DURISHTI YLBERT	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

Obiettivi formativi 1° modulo

Obiettivo principale è quello di sviluppare l'aspetto creativo di ciascun studente unendole capacità di analisi progettuale e alle conoscenze tecniche col fine di realizzare un logo. Il corso si sviluppa nel fornire le basi di approccio metodologico alla comunicazione visiva di un nuovo brand. Si parte dall'ideazione di una start-up, esercizi di brainstorming di gruppo, spunti su moodboard, proseguendo con un brainstorming di gruppo, mission e vision del progetto, proseguendo con il branding e realizzazione grafica di proposte per il design di un logo.

Si forniranno allo studente le conoscenze teoriche e pratiche necessarie per usare gli strumenti e i software per poter progettare e realizzare molteplici elementi grafici con lo scopo di concepire e ideare progetti che evidenzino i cambiamenti in atto nei paradigmi del design a livello di concept.

Si analizzerà la produzione artistica contemporanea in rapporto con altri ambiti creativi e casi studio a livello internazionale di piattaforme e realtà commerciali e non, di vario tipo.

Obiettivi formativi 2° modulo

Obiettivo finale del secondo semestre è la progettazione completa di un Manuale di identità visiva e di un kit di comunicazione a cui far riferimento per usare il logo elaborato nel primo semestre.

Gli studenti impareranno a trattare l'Identità Visiva nel suo apparato strategico. Studieranno in aula tutti i passaggi sia teorici che pratici per giungere alla creazione di un'immagine coordinata, facendo sempre riferimento al messaggio che si vuole veicolare e al pubblico a cui ci si rivolge. Studi di psicologia della forma e dei pattern unificati per capire come usare in maniera corretta in una grafica i singoli elementi: colori, font, forme e/o icone. Esercitazioni pratiche tra cui: Mock-up di impaginati editoriali, Layout di stampa, Template per un Sito Web, App Mobile, Merchandising.

Alla conclusione del corso lo studente dovrà presentare l'intero processo creativo del design del logo per il brand, i criteri che ha utilizzato per le sue scelte nel ciclo di ideazione, e consegnare un portfolio sia in forma digitale che stampato con tutti gli elaborati pratici, il kit di comunicazione e manuale usabilità (Brand Manual).

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

Gli studenti dovranno applicare le loro conoscenze nell'ambito di grafica vettoriale su Adobe Illustrator con spiegazione del software e delle sue funzioni, sperimentazione di nuove funzionalità e tendenze come gli effetti dell'ombreggiatura flat e gradient, mostrando capacità nell'uso degli strumenti teorici acquisiti durante il corso. In particolare, dimostrano di elaborare un logo e immagini coordinata su temi oggetto delle lezioni, con largo margine di autonomia.

Dimostreranno altresì, conoscenza e comprensione sui concetti e le metodologie della comunicazione visiva.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Per poter fruire dei contenuti didattici, lo studente deve disporre innanzitutto di un PC con requisiti adeguati. Inoltre, avere installato un comune browser ed essere in possesso di una competenza minima nell'uso del sistema operativo del proprio computer, nonché di competenze generiche riguardo alla connessione e alla navigazione in internet e utilizzo base di un software di grafica.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

- Imparare a svolgere un brainstorming di gruppo su una start-up.
- Comporre, spunti su un moodboard a livello di concept.
- Realizzazione grafica di proposte per il design di un logo con Adobe Illustrator.
- Impaginare attraverso un Layout coordinato e realizzare due proposte di logo.
- Stesura della Mission e Vision del Brand, per lo slogan e il payoff di un logo.
- Studi di psicologia della forma e dei pattern unificati, singoli elementi: colori, font, forme e/o icone.
- Mock-up di impaginati editoriali, Layout di stampa, Template per un Sito Web, App Mobile, Merchandisin.
- Stesure di tutti gli elaborati pratici, il kit di comunicazione e manuale usabilità (Brand Manual).

ARGOMENTI ►

- Introduzione del corso, il brief, sviluppare un concept, self-branding, analisi e ricerca e scelta del design del logo di un nuovo brand da lanciare. Raccolta di proposte su moodboard.
- Prima fase progettuale su carta, successivi passaggi grafici al vettoriale su Adobe Illustrator con spiegazione e case study del software e delle sue funzioni. Concretizzazione di un Logo secondo gli standard grafici attuali. Analisi sulle tipologie di logo tra il passato e il presente.
- Realizzazione di un impaginato con gli elaborati, verifica pratica e di apprendimento.
- Stesura di una proposta progettuale di un'immagine coordinata. Esercitazioni pratiche singole e in gruppo su argomenti di arte e cultura digitale tra Rete, Social Networking, Self Branding e dinamiche professionali/culturali in stile P2P.
- Dal moodboard al kit di comunicazione come Mock-up, editing con Adobe Photoshop per bitmap e Adobe Illustrator per i template vettoriali. Impaginazione del portfolio in forma digitale, pronto per per la stampa come manuale usabilità (Brand Manual).
- Conclusione e presentazione del progetto sia individuale che in gruppo, verifica pratica di apprendimento.

METODI DIDATTICI ►

Agli studenti si propone un metodo di sviluppare le idee e il progetto in modalità step-by-step (da cosa nasce cosa), approfondendo la conoscenza dell'utilizzo dei software vettoriale come Adobe Illustrator, con particolare riferimento dell'argomento pre-scelto, saper gestire un layout di moodboard, creare e modificare del muck-up con Photoshop, anche in contesti complessi. Altresi, le capacità di apprendimento degli strumenti adeguati a maturare capacità di astrazione, generalizzazione e deduzione.

BIBLIOGRAFIA ►

Testi consigliati:

- Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale di Bruno Munari, Laterza, 2017
- Comunicazione visiva. Apparenza, realtà, rappresentazione di Ave Appiano, UTET, 2008
- La forza dell'immagine. Vol. B: Tecniche artistiche e applicazioni progettuali di Elena Tornaghi, Loescher, 2009

Testi di approfondimento:

- Comunicazione 3.0. Conversazione con Zygmunt Bauman di Franco Pomilio, Fausto Lupetti Editore, 2012
- Il design del gusto. Total branding. di Roberto Provana, Fausto Lupetti Editore, 2013
- User experience. Psicologia degli oggetti, degli utenti e dei contesti d'uso di Stefano Triberti, Apogeo Education, 2017

Siti internet di approfondimento:

- <http://www.prezi.com>
- <https://www.pinterest.it>
- <http://www.appdemostore.com>
- <https://logopond.com>