


Triennio in

GRAPHIC DESIGN ART DIRECTION





TRIENNIO IN GRAPHIC DESIGN E ART DIRECTION

INTRODUZIONE

FILOSOFIA FORMATIVA

Il Triennio è finalizzato alla formazione di una figura professionale capace di rispondere alle nuove esigenze emergenti nel complesso mondo della comunicazione, tramite la padronanza di competenze tecniche e strategiche aggiornate e di metodologie di ricerca e analisi dei linguaggi della cultura visiva contemporanea.

Il Corso sviluppa nello studente una conoscenza integrata di competenze metodologiche, tecniche e culturali che consentono di affrontare progetti di grafica e pubblicità, rivolti a target differenziati in un contesto di progressiva integrazione mediatica. Il percorso formativo si prefigge di formare un nuovo comunicatore capace di riconoscere e gestire la complessità progettuale rapportandosi coerentemente con un team di professionisti lungo un percorso che va dal processo creativo fino alla sua corretta applicazione su media classici e di nuova generazione. Il Corso risponde alla domanda crescente di professionisti capaci di pensare al progetto e di tradurlo nei linguaggi della comunicazione contemporanea utilizzando diverse tecniche: dalle tecniche grafiche tradizionali ai programmi 3D per il design strutturale di prodotto e il packaging, alle tecniche di progettazione web, fino alla gestione di programmi multimediali per la comunicazione pubblicitaria.

METODOLOGIA FORMATIVA

Il Corso sviluppa nello studente capacità di decodifica e interpretazione del briefing attraverso metodologie di ricerca e analisi dei concept, competenze di visualizzazione finalizzate al disegno per la progettazione, capacità di progettazione di sistemi integrati di identità visiva, brand identity e comunicazione pubblicitaria, nonché competenze approfondite di progettazione web. Una comprensione dei linguaggi della cultura visiva contemporanea, con particolare riferimento alla fotografia, al cinema, alla

grafica e alla pubblicità e nozioni di semiotica e teoria della comunicazione, fungono da supporto allo sviluppo di adeguate competenze di analisi e interpretazione delle diverse forme e contesti comunicativi. Lo studente può scegliere tra due indirizzi, il primo rivolto ad approfondire la progettazione della brand identity, design strutturale e packaging, il secondo finalizzato ad offrire maggiori competenze nello sviluppo di progetti di comunicazione pubblicitaria multimediale.

SBOCCHI PROFESSIONALI

La figura formata potrà operare con le funzioni di creative director, visual designer, web director e graphic designer negli ambiti della pubblicità, dell'editoria tradizionale e multimediale e nella comunicazione istituzionale, d'impresa e sociale. Le competenze acquisite in ambito formativo permettono, inoltre, di assecondare la domanda crescente di professionisti capaci di gestire la continua innovazione tecnologica digitale. L'applicazione delle conoscenze coinvolge anche nuovi settori della comunicazione come l'exhibition design e la progettazione di sistemi di identità visiva sul territorio.

PROGETTI E ATTIVITÀ

La trasversalità e l'applicabilità delle competenze di grafica e art direction ai diversi prodotti di comunicazione, consentono frequenti collaborazioni con partner esterni appartenenti al mondo delle aziende profit e no-profit. Tra le esperienze di progettazione dedicate alla comunicazione commerciale ricordiamo lo studio di poster istituzionali finalizzati alla comunicazione dell'immagine di *Pago* (azienda leader nel settore di succhi di frutta) e lo studio della corporate identity per la catena di alberghi *H2C*, così come l'analisi di nuovi concept proposta dalla *Ferrero* per il prodotto *Nutella*. Importante anche la collaborazione con *ATM - Azienda Trasporti Milanese* – per la quale sono state prodotte campagne di incentivazione all'utilizzo dei mezzi pubblici. Per quanto riguarda la comunicazione sociale, sono state sviluppate numerose campagne d'informazione e prevenzione e il progetto di comunicazione integrata sulla identità dell'*Associazione Libera* che ha

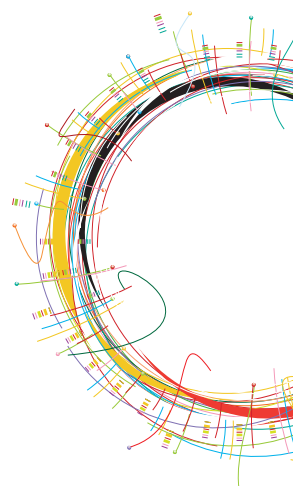
AF INSEGNAMENTO		CFA
I ANNO		
B	COMPUTER GRAPHIC I	12
	Fondamenti di Disegno Digitale	
	Disegno Vettoriale	
	Impaginazione	
	Tecniche grafiche di stampa	
B	STORIA DELL'ARTE MODERNA	6
B	STORIA DELLA GRAFICA E DELL'ADVERTISING	6
C	ART DIRECTION I	8
	Art and copy	
	Strategy and planning	
	Metodologia della Ricerca	
C	GRAPHIC DESIGN I	8
	Basic design	
	Corporate Identity	
	Lettering	
	Web project	
C	LAY OUT E TECNICHE DI VISUALIZZAZIONE	6
A	SEMIOTICA	6
TOTALE CREDITI I ANNO		52
II ANNO		
B	STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA I	6
B	TECNOLOGIE E APPLICAZIONI DIGITALI	8
	Tecniche fotografiche	
	Tecniche video	
	Grafica dinamica	
C	ART DIRECTION II	10
	Art and copy	
	Brand Identity	
	Advertising online	
C	GRAPHIC DESIGN II	8
	Grafica editoriale	
	Multilayer editing	
	Web design I	
	Packaging base	
A	MARKETING	6
A	SCRITTURA CREATIVA o in opzione	6
ILLUSTRAZIONE		
FOTOGRAFIA		
A	STORIA DEL CINEMA E DEL VIDEO	6
TOTALE CREDITI II ANNO		50
III ANNO		
B	COMPUTER GRAPHIC II	6
	Motion Graphic	
	Disegno 3D	
C	FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE	6
C	METODOLOGIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE	6
C	METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA	12
	Creatività e laboratorio grafico	
	Web design II	
	Packaging	
A	LINGUAGGI E TECNICHE DELL'AUDIOVISIVO o in opzione	6
BRAND DESIGN		
	3 Corsi affini a scelta tra i seguenti *	18
A*	ESTETICA	6
A*	TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA	6
A*	FOTOGRAFIA	6
A*	TECNICHE DI ANIMAZIONE DIGITALE	6
A*	LAY OUT E TECNICHE DI VISUALIZZAZIONE II	6
A*	PROGETTAZIONE DI INTERVENTI URBANI E TERRITORIALI	6
TOTALE CREDITI III ANNO		54
EXTRA		
	Conferenze e seminari interdisciplinari	8
	Progetti e produzioni extracurricolari	
	Progettazione professionalità, stage e tirocini	
	Partecipazione a scambi e progetti internazionali	
	Verifica della conoscenza della lingua inglese	4
	Verifica delle abilità informatiche generali	4
	Prova finale	8
TOTALE CREDITI ATTIVITA' FORMATIVE ULTERIORI E OBBLIGATORIE		24
TOTALE CREDITI PREVISTI NEL TRIENNIO		180

comportato l'elaborazione/ ideazione di diversi prodotti di comunicazione: dalla pubblicità sociale pensata per affissioni e spot televisivi, allo studio della vestizione grafica per mezzi di trasporto utilizzati dalla carovana antimafia, fino alla creazione di un video di sensibilizzazione realizzato in motion graphic.

DIRETTORE

ANGELO COLELLA. Diplomato all'*Accademia di Brera*, dopo aver maturato una notevole esperienza come Art Director in importanti agenzie di pubblicità, negli anni '80 incomincia la sua carriera di Graphic designer. Collabora con Albe Steiner e insegna per cinque anni grafica alla *Società Umanitaria di Milano*. Ha ideato e curato innumerevoli mostre e allestimenti ispirati ai temi della comunicazione sociale, tra cui *Infornuto sul lavoro* e *Lo statuto dei lavoratori*, per l'*Associazione Magistratura Democratica di Milano*.

È responsabile immagine della *Prague International Marathon* e della rassegna d'arte *A sense of wellbeing* di Karlovy Vary nella Repubblica Ceca. Ha curato esposizioni e allestimenti internazionali con Gianni Colombo e Marcello Morandini. È stato responsabile di *Progetto Grafico*, della pubblicazione *G&D (Grafica e Disegno)*. È associato all'*ADI, AIAP, BEDA, PDA* e al *Type Director Club* di New York. Lo studio, da lui diretto, con sede a Milano e Praga, cura l'immagine e la comunicazione di primarie aziende in diversi settori merceologici ed è partner (Corporate Design Area) di *Publicis* e di *Republic Lab*.



INSEGNAMENTI I ANNO

COMPUTER GRAPHIC I

Fondamenti di disegno digitale: offre le basi pratico-metodologiche del disegno digitale e della rappresentazione-rielaborazione grafica del fotoritocco e della progettazione vettoriale utilizzando software standard quali *Photoshop* e *Illustrator*. È strutturato in una parte intensiva e una di durata semestrale finalizzata all'impostazione del portfolio formativo.

Fotoritocco e disegno vettoriale: approfondisce la conoscenza del fotoritocco e del disegno vettoriale.

Impaginazione: studio di programmi di nuova generazione utilizzati nell'impaginazione quali *In Design CS2*.

Tecniche Grafiche di stampa: illustra tutte le applicazioni tecnologiche nei processi di stampa e l'acquisizione della tecnologia che permette di preparare un supporto destinato alla medesima approfondendo la conoscenza dei materiali, dei supporti, delle attrezzature e di tutto ciò che porta alla riproduzione ed alla confezione di un prodotto stampato.

STORIA DELL'ARTE MODERNA

si veda pagina 10

STORIA DELLE ARTI APPLICATE (STORIA DELLA GRAFICA E DELL'ADVERTISING)

Grafica e pubblicità, pur essendo percepite come tecniche giovani, hanno una lunga ed importante storia che il corso intende valorizzare, dando voce ai movimenti e alle personalità che hanno introdotto innovazioni nel mondo della comunicazione. Attraverso un approccio analitico della storia della grafica e dell'advertising che mette in relazione gli aspetti economici e socio-culturali con quelli della comunicazione visiva, l'insegnamento fornisce competenze per esercitare la professione in modo consapevole e responsabile.

ART DIRECTION I

Art & Copy: introduce lo studente allo studio della creatività applicata alla comunicazione pubblicitaria e promozionale di un prodotto o servizio affrontando il processo progettuale che trasforma efficacemente l'idea in messaggio visivo e testuale veicolato sui diversi media: stampa, televisione, internet, nuovi media. Offre la possibilità di interfacciarsi con

le diverse figure e competenze coinvolte nel progetto di comunicazione, dall'analisi del brief fino alla presentazione dell'idea: planner strategico, Art Director e Copywriter.

Strategy & Planning: razionalizza il metodo del processo creativo (raccolta dati, brainstorming, mappa di posizionamento) al fine di definire le coordinate strategiche che permettono ai creativi di formulare un'idea originale e pertinente ai problemi/obiettivi di comunicazione posti dalla marca.

Metodologia della ricerca: offre gli strumenti analitici propedeutici alla comprensione degli elementi del sistema comunicazione attraverso una metodologia di ricerca basata sull'analisi del brief, dell'immagine del brand e del suo posizionamento nel contesto di marca.

GRAPHIC DESIGN I

Basic design: attraverso un approccio teorico-pratico avvicina lo studente alla progettazione visiva di tipo percettivo, estetico-compositivo e geometrico-intuitivo.

Corporate identity: introduce gli elementi basilari utilizzati per la creazione dell'identità visiva di un'azienda o di un servizio.

Lettering: uno studio approfondito supportato da una forte applicazione manuale, spazia dalla storia della tipografia fino alla sua evoluzione storica e sociale in tutte le espressioni tradizionali e tecnologiche più avanzate espresse dai font del computer. Partendo da un'analisi conoscitiva si studiano le applicazioni nei diversi contesti culturali e comunicativi.

Web project: introduce all'ambiente della progettazione grafica digitale con particolare riferimento al mondo del world wide web, introducendo gli aspetti tecnici di base, le nozioni di usabilità, interattività, architettura dell'informazione.

LAY OUT E TECNICHE DI VISUALIZZAZIONE

L'insegnamento è concepito per far acquisire allo studente la metodologia che sta alla base del disegno espressivo e dell'animazione, attraverso uno studio rapido e dinamico di supporto a un sistema espressivo che permetta con facilità di visualizzare un'idea funzionale alla creatività e alla progettazione visiva. Il corso si articola in due parti di cui una intensiva e propedeutica, finalizzata ad introdurre lo studente al linguaggio della rappresentazione d'impatto visivo e una seconda articolata in annualità.

SEMIOTICA

Il corso ha per oggetto l'analisi del processo comunicativo, di cui intende esaminare e smontare i meccanismi, utilizzando le metodologie messe a punto dalla semiotica nelle sue diverse correnti (strutturalista, interpretativa, generativa) e prestando un'attenzione privilegiata alla comunicazione e al testo visivo in tutte le sue forme ed elementi non verbali. Il fine è di raggiungere una competenza di base dei modi in cui un segno grafico, un disegno, un manifesto, un trailer, un videoclip veicolano valori e raccontano una storia. Si prevedono anche esercitazioni sugli argomenti trattati nelle unità tematiche.

INSEGNAMENTI II ANNO

STORIA DELL'ARTE CONTEMPORANEA I

TECNOLOGIE E APPLICAZIONI DIGITALI

Tecniche fotografiche: ha l'obiettivo di offrire agli studenti le competenze necessarie per l'utilizzo delle attrezzature fotografiche digitali a fini di ricerca e documentazione e fornisce strumenti di lettura dell'immagine fotografica pubblicitaria.

Tecniche video: introduce le basi metodologiche della ripresa e del montaggio in ambito pubblicitario.

Grafica dinamica: completa le conoscenze delle tecnologie digitali attraverso l'esplorazione di programmi per la grafica in movimento.

ART DIRECTION II

Art & Copy: sviluppa competenze progettuali attraverso una metodologia che si rivolge a committenze reali per la progettazione di campagne creative declinate sia in ambito visual che di copywriting.

Brand Identity: introduce allo studio dell'identità d'impresa e della grande corporate identity che passa attraverso la decodifica dei valori aziendali, il loro posizionamento e l'identificazione di un'identità riconoscibile a livello internazionale.

Advertising Online: ha l'obiettivo di svelare i segreti della comunicazione denominata Above theLine sul media internet, unendo nozioni di advertising, graphic design e web marketing non-convenzionale (Viral Marketing). È un corso pratico e composito, valido sia per

futuri art director web, sia per aspiranti creativi, grafici o copywriter orientati verso i nuovi media. Vengono prodotti e analizzati banner, jump pages, siti e minisiti e campagne web di tutti i generi.

GRAPHIC DESIGN II

Grafica editoriale: fornisce competenze tecniche, metodologiche e creative finalizzate alla progettazione grafica dell'editoria.

Multilayer Editing: avvicina gli studenti alle modalità teoriche e pratiche della grafica "destrutturata" e dell'editoria "fuori gabbia", sviluppando le potenzialità di interazione tra gli aspetti iconici e quelli tipografici della pagina, secondo le modalità proprie dei programmi digitali.

Web design I: fornisce gli elementi tecnici e culturali per iniziare a realizzare progetti di pagine e siti web approfondendo l'analisi della comunicazione digitale e web-oriented. Il corso è incentrato sulla conoscenza delle tecnologie standard di progettazione: XHTML, CSS e DOM che, con l'ausilio del programma Flash forniscono le impalcature di base di ogni progetto web.

Packaging base: introduce al mondo del design strutturale e alla vestizione grafica del packaging con studio della forma e dei materiali convenzionali e riciclabili.

MARKETING

L'obiettivo dell'insegnamento è permettere agli studenti di comprendere gli elementi fondamentali del marketing, le attuali tendenze di consumo e i cambiamenti sociologici in corso e di apprendere a redigere un piano di marketing, analizzando tutte le fasi di un piano di lancio di un nuovo prodotto. Il corso sviluppa temi di Sociologia (trend, approcci al consumo, stili di vita), Economia (domanda e offerta, il budget, la gestione dei costi, il prezzo) e Comunicazione (la marca, il Design, la Pubblicità). Il corso verte anche sull'acquisizione di un metodo (come capacità di approccio sistemico ai problemi di marketing, partendo dall'analisi fino allo sviluppo del progetto), di un linguaggio e della capacità di comprensione del contesto interno ed esterno ad un'azienda.

SCRITTURA CREATIVA

L'insegnamento, valendosi di testi di maestri della letteratura moderna (Kafka, Proust, Joyce, Montale), commentati criticamente, richiede agli studenti la comprensione di tali stili e una riscrittura personale degli stessi. L'obiettivo è quello di stimolare una sensibilità vitale per l'espressione e la comunicazione creativa.

ILLUSTRAZIONE

Prepara gli studenti al mondo dell'illustrazione, offrendone una panoramica che spazia dalla conoscenza dei generi e autori alle principali tecniche tradizionali e digitali fino all'individuazione di uno stile personale. Accanto alle tecniche tradizionali (matite, acrilici, etc.) si esplora, tra le tecniche digitali, *Corel Painter*, uno dei software più utilizzati nel settore.

FOTOGRAFIA

La fotografia, come espressione creativa, è parte integrante delle arti e appartiene alle forme di produzione artistica in cui agiscono il pensiero, l'immaginazione e il senso di progettualità dell'autore, sia esso fotografo, grafico, designer o artista. Il corso non è rivolto all'acquisizione di tecniche fotografiche analogiche o digitali, ma è aperto alla conoscenza di base di alcuni concetti fondamentali del "saper vedere" e del "saper leggere" le immagini fotografiche, in funzione di una moderna progettualità che tiene conto dell'attraversamento incrociato di discipline e saperi che dialogano con il mezzo fotografico.

STORIA DEL CINEMA

L'insegnamento si pone diversi obiettivi: un avvicinamento consapevole alle tematiche degli audiovisivi in generale e del cinema in particolare; l'analisi del rapporto spettatore-film in modo da rendere più critica ed efficace la visione dei film da parte degli studenti; l'apprendimento del linguaggio cinematografico e delle tecnologie che lo sottendono; la conoscenza delle fasi di realizzazione di un film; l'analisi delle modalità di lettura del testo-film e la conoscenza dei movimenti principali della storia del cinema e degli autori più significativi.

INSEGNAMENTI III ANNO

COMPUTER GRAPHIC II

Disegno 3D: fornisce le basi di modellazione e rappresentazione digitale tridimensionale, orientando la pratica su tipologie di rappresentazione tridimensionale, strettamente inerenti alla "strutturazione" di forme semplici di packaging per materiali e usi differenti

Motion Graphic: prevede un'applicazione della progettualità utilizzando programmi di computer grafica avanzati quali *After Effect* utilizzato per il montaggio di prodotti multimediali.

FENOMENOLOGIA DELLE ARTI CONTEMPORANEE

Finalità dell'insegnamento è guidare gli studenti a esplorare e analizzare criticamente le immagini provenienti dalle discipline e linguaggi tra loro eterogenei, che connotano la "visual culture" contemporanea, al fine di arricchirne il patrimonio visivo e culturale e di guidarli a delineare nuove morfologie estetiche e un originale universo espressivo. Il percorso prevede visite a mostre, convegni e incontri riguardanti il rapporto tra i diversi linguaggi dell'espressione artistica (moda, fotografia, grafica, arte contemporanea, musica).

METODOLOGIE E TECNICHE DELLA COMUNICAZIONE

L'insegnamento è finalizzato a un approfondimento critico dei modelli teorici di analisi e progettazione della comunicazione visiva e pubblicitaria. Approfondisce le metodologie di ricerca, analisi e documentazione dei progetti di comunicazione anche in supporto al laboratorio grafico e ai progetti di tesi svolti dagli studenti.

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

Creatività: analisi critica e metodologica finalizzata alla progettazione degli spot pubblicitari cinetv e mobile.

Laboratorio Grafico: il corso è connotato da una metodologia professionale del progetto grafico, opera su committenze reali esterne e interne all'accademia, lavorando in team e trasversalmente agli altri corsi.

Web design II: ha la finalità di fornire agli studenti gli elementi metodologici per perfezionare la progettazione di un sito professionale, secondo gli standard del W3C anche attraverso lo studio di siti reali, secondo una logica di progettazione a team

Packaging: esplora le potenzialità dell'arte del confezionamento attraverso lo studio e la progettazione di strutture e rivestimenti grafici adeguati rispetto agli obiettivi di comunicazione: etichetta, moc up e grafica sono solo alcuni degli elementi sui quali lo studente potrà sperimentare attraverso una metodologia efficace e che rispecchi strategia e mission del brand.

LINGUAGGI E TECNICHE DELL'AUDIOVISIVO

Insegnamento teorico-pratico volto ad approfondire le tecniche multimediali applicate alla comunicazione corporate e di prodotto per pianificare e realizzare un prodotto audiovisivo a fini pubblicitari. Il corso rappresenta un ambito di approfondimento e di indirizzo focalizzato sull'applicazione della professione dell'art director nei settori della comunicazione pubblicitaria multimediale.

BRAND DESIGN

Il corso è finalizzato all'approfondimento di strumenti di ricerca, analisi e decodifica di fenomeni socioculturali fondamentali per la definizione della brand identity di aziende e servizi. Analizza l'evoluzione della società cogliendone i segnali che provengono dai consumatori, anticipandone le tendenze e i gusti, in base a previsioni che interessano trasversalmente il mondo del design, della grafica e dell'advertising, il textile e fashion design così come dell' interior e il retail.

Una parte del corso è dedicata a un progetto di ricerca finalizzato alla costruzione di uno scenario visivo che definisca i concetti visuali e/o le direzioni per il brand design, formando una figura professionale di recente apparizione nel panorama professionale.

LAY OUT

Sviluppa le fasi di conoscenza di tutte le tecniche del Disegno dal punto di vista della comunicazione pubblicitaria. Analizza le consuetudini estetiche del disegno nell'ambito della comunicazione cercando di apprenderle e arricchirle, ampliando con i nuovi stili e metodologie i linguaggi della comunicazione disegnata. Consente di acquisire lo strumento del disegno nella fase creativa e progettuale.

TEORIA E METODO DEI MASS MEDIA

si veda pagina 64

DECORAZIONE

si veda pagina 38

TECNICHE DI ANIMAZIONE DIGITALE

si veda pagina 62

PROGETTAZIONE DI INTERVENTI URBANI E TERRITORIALI

si veda pagina 12

