



DESIGN DELLA COMUNICAZIONE INFORMAZIONI GENERALI

INDIRIZZI	-
DIPARTIMENTO	Progettazione e Arti Applicate
SEDE DEGLI STUDI	Nuova Accademia di Belle Arti
ACCREDITAMENTO	Ministero dell'Istruzione, dell'Università e della Ricerca
QUALIFICA CONSEGUITA	Diploma Accademico di Secondo Livello
CREDITI FORMATIVI ACCADEMICI	120
ANNO ACCADEMICO	2016/2017
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano
DURATA DEL CORSO	Due anni

INTRODUZIONE

Il Biennio specialistico in Design della Comunicazione è un percorso concepito con l'obiettivo di associare a una solida formazione nel campo del marketing e della comunicazione integrata un ricco ventaglio di competenze tecnico-espressive (graphic design, media design, environmental design), in un'ottica di massima integrazione fra strumenti espressivi, finalizzata alla produzione di veri e propri output comunicativi.

Elemento caratterizzante del programma è la continua sintesi tra la dimensione più tipicamente di business, tradizionalmente affrontata all'interno di percorsi di matrice economico-aziendale, e quella più legata alla dimensione artistico-espressiva, declinata anche in un'ottica di utilizzo delle nuove tecnologie.

CRITERI DI AMMISSIONE

Il Biennio specialistico è aperto sia a candidati con una formazione tecnico-artistica, in possesso di un diploma accademico o di una laurea di primo livello in discipline artistiche o afferenti all'ambito del design, sia a candidati con un background umanistico, provenienti da corsi di laurea quali, tra gli altri, scienze della comunicazione, lettere, lingue o filosofia.

L'ammissione di studenti con lauree diverse può essere presa in considerazione se motivata da un percorso fortemente connesso alle tematiche affrontate dal Biennio.

Tutte le ammissioni sono soggette a una selezione, effettuata tramite un colloquio non vincolante con il Course Leader del Biennio specialistico.

Si rimanda al Regolamento dell'Accademia per le procedure di ammissione.

FINALITÀ DEL CORSO

Il corso si propone di sviluppare:

- › La capacità di analizzare e valutare tematiche complesse di comunicazione e, conseguentemente, di sviluppare soluzioni efficaci, appropriate e creative utilizzando una metodologia progettuale coerente, solida e strutturata.
- › La conoscenza e comprensione dei linguaggi e degli strumenti espressivi, dei processi e delle tecnologie appropriate per la pianificazione, l'implementazione e la gestione di progetti di comunicazione complessi.
- › Un'approfondita conoscenza degli strumenti che consentono di guardare consapevolmente al contesto culturale, storico, sociale e di mercato in cui il progetto di comunicazione viene implementato.
- › La capacità di comunicare informazioni, idee e concetti in maniera efficace, motivando adeguatamente e con criteri appropriati le proprie proposte progettuali.
- › La capacità di lavorare individualmente e in gruppo e di gestire progetti complessi rispettando briefing e scadenze.

OBIETTIVI FORMATIVI

CONOSCENZA E COMPrensIONE

Gli studenti che termineranno con successo il corso di studi saranno in grado di:

Valutare diversi linguaggi della comunicazione e riconoscere l'impatto dei processi di comunicazione sul contesto socio-economico e culturale contemporaneo.

Identificare i diversi ambiti di applicazione della comunicazione, le diverse specificità professionali e i relativi percorsi di accesso alle carriere.

Comprendere le potenzialità offerte dalle nuove tecnologie e la loro influenza sui processi di comunicazione.

COMPETENZE ARTISTICHE, CONCETTUALI E COGNITIVE

Gli studenti che termineranno con successo il corso di studi saranno in grado di:

Pianificare e implementare progetti di comunicazione complessi e articolati sui diversi punti di contatto fra consumatore e marca.

Decodificare gli elementi e i linguaggi della comunicazione e i contesti culturali di riferimento.

Analizzare problemi complessi di comunicazione allo scopo di individuare, tra le diverse soluzioni progettuali, quella più indicata ed efficace.

Interpretare correttamente le indicazioni contenute nel brief di comunicazione dialogando con le figure professionali coinvolte nel processo creativo.

Elaborare soluzioni creative appropriate ed efficaci adottando un approccio metodologico strutturato e coerente.

Argomentare le proprie soluzioni progettuali giustificando scelte creative e metodologiche con coerenza e consapevolezza.

Valutare criticamente il proprio lavoro e quello altrui utilizzando criteri e lessico propri della disciplina di riferimento.

COMPETENZE PRATICHE E PROFESSIONALI

Gli studenti che termineranno con successo il corso di studi saranno in grado di:

Gestire progetti di comunicazione complessi, trovando il giusto equilibrio fra la dimensione economica e quella artistico-creativa.

Progettare esperienze di marca che facciano leva, per entrare in contatto con il consumatore, su tutti i possibili touchpoint e che vedano un utilizzo coerente del communication mix e dei diversi dispositivi di comunicazione.

Rispondere efficacemente agli obiettivi di comunicazione con proposte creative declinabili su diversi media: stampa, radio, cine-Tv, Web, social media, ecc.

Gestire professionisti afferenti a diverse aree della comunicazione, al fine di implementare progetti che richiedono l'integrazione di professionalità anche molto diverse tra loro.

Utilizzare con profitto le applicazioni software in uso nel proprio contesto professionale.

COMPETENZE GENERALI

Gli studenti che termineranno con successo il corso di studi saranno in grado di:

Lavorare individualmente e in gruppo con profitto dialogando con diverse figure professionali.

Comunicare efficacemente le proprie idee e opinioni, in forma sia scritta, sia verbale.

Valutare la propria preparazione e identificare eventuali aree formative o percorsi di approfondimento.

Utilizzare efficacemente i principali strumenti informatici professionali.

Individuare e indirizzare correttamente le proprie aspirazioni professionali.

METODOLOGIA DIDATTICA

Durante il corso gli studenti intraprendono diversi tipi di attività didattiche a seconda dell'obiettivo formativo da raggiungere, tra cui:

- › Lezioni frontali in aula
- › Coinvolgimento attivo degli studenti in aula tramite discussioni, presentazioni e peer assessment
- › Utilizzo di tutorial, video o altro materiale multimediale
- › Dimostrazioni in aula
- › Esercitazioni e revisioni
- › Laboratori
- › Seminari e workshop in cui intervengono professionisti o rappresentanti dell'industria
- › Seminari intensivi su argomenti specifici
- › Sviluppo di progetti individuali o di gruppi
- › Studio e ricerca svolti individualmente o di gruppo
- › Uscite didattiche presso realtà pertinenti il settore professionale
- › Colloqui individuali e tutoring

VALUTAZIONE

Il raggiungimento degli obiettivi formativi viene generalmente valutato al termine delle attività didattiche, in alcuni casi integrando con valutazioni intermedie. Le modalità di esame dipendono dallo specifico obiettivo formativo da valutare, e includono:

- › Esame orale
- › Esame scritto
- › Revisione valutata
- › Realizzazione di elaborati
- › Realizzazione di progetti completi
- › Presentazione di elaborati, progetti o ricerche

STRUTTURA DEL CORSO

Il Biennio si articola in un lungo percorso che prevede di sviluppare negli studenti solide basi all'interno dei campi del marketing e della comunicazione integrata. Attraverso il coinvolgimento continuo in progetti reali, elemento peculiare del percorso, gli studenti potranno inoltre mettere in pratica nell'immediato le conoscenze e le competenze acquisite in aula.

Durante il primo anno gli studenti acquisiranno le conoscenze di base relative alla gestione del progetto, dagli aspetti economico/finanziari e di studio di mercato al project management, a tematiche più strettamente legate al campo della comunicazione e della progettazione visiva (progettazione grafica, art direction e branding, fotografia, web, comunicazione integrata, ma anche etica della comunicazione). L'obiettivo finale è giungere con solide basi a un pensiero critico ed un approccio creativo alla progettazione.

Nel corso del secondo anno, verrà ulteriormente approfondita la dimensione progettuale in chiave applicativa, attraverso l'implementazione di progetti di comunicazione integrata assegnati da aziende partner e la partecipazione ad alcuni dei più importanti contest internazionali (ie. D&AD, One Show), mettendo così a sistema quanto appreso in aula nel corso del programma di studi.

Nello specifico i corsi del Biennio si articoleranno secondo 4 aree tematiche:

1. ANALISI E STUDIO DEI CONTESTI (di consumo, di business, organizzativo): Scenario e Trend Analysis; Economia aziendale e Marketing; Sociologia della comunicazione; Storia della Pubblicità e della Grafica, Etica della Comunicazione.

2. DEFINIZIONE DELLE STRATEGIE DI MARKETING E COMUNICAZIONE: IMC - Integrated Marketing Communication: sviluppo della comunicazione integrata e multicanale, costruzione e gestione della marca; Comunicazione pubblicitaria e Media Planning; Corporate identity: design e implementazione; Marketing e comunicazione nei contesti Web 2.0 e mobile Web 2.0.

3. APPLICAZIONE DEGLI STRUMENTI DI COMUNICAZIONE: Fondamenti di comunicazione visiva; Art direction; Computer graphic; Data Visualization; Digital video; Fotografia; Grafica editoriale; Editoria digitale; Comunicazione radiofonica; Scrittura creativa.

4. GESTIONE DEL PROGETTO DI COMUNICAZIONE: Project Management.

PROSPETTIVE PROFESSIONALI E DI PROSEGUIMENTO DEGLI STUDI

Il Biennio è volto alla formazione di art director, copywriter, account e strategic planner, designer di oggetti e spazi per la comunicazione, user experience e intarface designer, producer, digital strategist chiamati a operare all'interno di studi professionali, agenzie di comunicazione e di produzione multimediale e aziende fortemente orientate al mercato.

I Diplomatici in Design della Comunicazione possono intraprendere ulteriori percorsi di studio a livello Dottorale.

PIANO DI STUDI

I ANNO			
CODICE MINISTERIALE	AF	INSEGNAMENTI	CFA
ABLE69	B	Logica e Organizzazione d'impresa I Marketing Economics	6
ABPR16	B	Disegno per la Progettazione Lettering Indesign Illustrator Photoshop Visualizzare	6
ABPR15	B	Metodologia della Progettazione Art Direction Copywriting	6
ABLE69	B	Design Management	6
ABTEC37	C	Metodologia Progettuale della Comunicazione Visiva	8
ABPC65	C	Etica della Comunicazione	4
ABPR19	A	Progettazione Grafica Storia della grafica Basic design Progettazione visiva	6
ABPR31	A	Fotografia Curatela Progettazione fotografica	6
ABPR19	A	Web Design	6
CREDITI TOTALI I ANNO			54

II ANNO			
ABLE69	B	Logica e Organizzazione d'impresa II (Innovation & Business Planning) Business modeling Project work	6
ABTEC37	C	Brand Design Brand design Scenari Presentation skill Lab. Arch.	10
ABTEC37	C	Art Direction Magazine design Contest OneShow Contest GD&AD	10
ABPC67	C	Comunicazione Pubblicitaria Media planning Storia della pubblicità	4

ABST56	C	Sociologia della Comunicazione	6
ABPC67	C	Elementi di Comunicazione Giornalistica Storytelling Giornalismo	6
ABTEC43	A	Digital Video	6
ABTEC43	A	Tecniche dei Nuovi Media Integrati Data visualization Social media strategy	6
CREDITI TOTALI II ANNO			54
ATTIVITÀ FORMATIVE ULTERIORI			
Partecipazione a scambi e progetti internazionali			4
Stage formativo			4
Work experience			da 1 a 3
Progetti e produzioni extracurricolari			2
Corsi extra			2
Tirocinio accademico			4
Conferenze			2
Seminari interdisciplinari			2
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE ULTERIORI			6
ATTIVITÀ FORMATIVE OBBLIGATORIE			
Tesi, Portfolio			6
CREDITI TOTALI ATTIVITÀ FORMATIVE ULTERIORI E OBBLIGATORIE			12
TOTALE CREDITI PREVISTI NEL BIENNIO			120

A = Attività formative integrative o affini, B = Attività formative di base, C = Attività formative caratterizzanti

VISTO E APPROVATO

Prof. Guido Tattoni - Direttore Dipartimento Progettazione e Arti Applicate	16/03/2016
Prof. Alessandro G. Montel - Course Leader Biennio in Design della Comunicazione	16/03/2016
Prof. Alberto Bonisoli - Direttore Nuova Accademia di Belle Arti	16/03/2016
Dott. Annalisa Bottoni - Head of Academic Processes	16/03/2016