



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 1/4

☒ PROF.	NOME	Maurizio
☐ PROF.SSA	COGNOME	Di Lella
	E-MAIL	m.dilella@accademia.firenze.it

DATI CORSO

CORSO DI	Brand Design		
DOCENTE LIVELLO	Triennio		
INDIRIZZO	Graphic Design		
SEMESTRE	PRIMO	☒	SECONDO
CREDITI FORMATIVI	8	(CFA)	
TIPOLOGIA DI CORSO	T/P		
AULA	24		
GIORNI E ORARI DELLE LEZIONI		AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]
	LUNEDÌ	/	/
	MARTEDÌ	/	/
	MERCOLEDÌ	9:00 / 13:00	14:00 / 17:30
	GIOVEDÌ	/	/
	VENERDÌ	/	/
	SABATO	/	/

OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO

Descrizione:

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 certe sensazioni e esperienze associate al brand. Obiettivo del corso è quello di condurre gli studenti verso un'esperienza completa di visual identity partendo dal brief fino alla sua applicazione sui diversi strumenti di comunicazione.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 2/4

PROGRAMMA DEL CORSO

Descrizione:

L'attività didattica è composta da lezioni teoriche ed attività laboratoriali da svolgere in classe. Ad ogni lezione teorica seguiranno alcune attività mirate allo sviluppo di un progetto personale di visual identity.

Nello specifico verranno trattati dettagliatamente i seguenti argomenti: Teoria e tecnica, Il Brand (concetti base), Corporate Design: cenni storici, Business Plan, Brief, Parole chiavi, T.O.V., Vision, Mission,, Valori, Naming, Marchio, Sistema identificativo, Materiali istituzionali, Classificazione del marchio, La Marca, Il manuale di corporate, Analisi di progetti professionali

Laboratorio (esercitazioni)
Brief, Parole chiavi, T.O.V., Analisi dello stile dei competitor, Moodboard di riferimento per lo stile, Naming (mappa concettuale, Proposte di marchio, Realizzazione del marchio, Strumenti di comunicazione, Realizzazione del manuale di corporate, Realizzazione dei mock up, Analisi di progetti di corporate design

MODALITÀ DELLA DIDATTICA

Descrizione:

Le lezioni teoriche saranno di tipo frontale, mentre per le attività di laboratorio si prediligerà l'interazione diretta con gli studenti; verranno favoriti il confronto e il dialogo per approfondire e risolvere questioni legate ai singoli progetti.

Si utilizzeranno slide e/o audiovisivi a supporto alle singole lezioni per aiutare la comprensione dei processi progettuali.

Verranno utilizzati e analizzati progetti grafici di rilievo, allo scopo di suggerire e stimolare soluzioni progettuali personali.

È richiesta la conoscenza di software di elaborazione di grafica vettoriale (tipo Illustrator), di editing fotografico (tipo Photoshop) e di impaginazione (tipo InDesign).

È altresì opportuno avere una buona conoscenza di type-design e capacità di manipolazione dei caratteri. Buona conoscenza di Marketing Communication e delle tecniche dell'Advertising.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 3/4

TIPOLOGIA DI VERIFICA FINALE

TIPOLOGIA

Esame

Descrizione:

Durante le lezioni ci saranno momenti di confronto per verificare l'andamento dei singoli progetti.

Sono previste un massimo di due verifiche di confronto per studente sul progetto di esame, in sede previo appuntamento.

Per l'esame è richiesta la realizzazione di un progetto di identità visiva, nel corso della prova verranno valutate le competenze acquisite partendo dal progetto presentato.

BIBLIOGRAFIA PER L'ESAME

Dispense fornite dal docente comprensive di riferimenti bibliografici.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 4/4

STRUMENTI PER STUDENTI CON
DISABILITÀ E/O DSA

Descrizione:

file pdf e/o audiovisivi a supporto alle singole lezioni per aiutare la
comprensione dei processi progettuali.

STUDENTI ERASMUS

Descrizione:

max 750 caratteri spazi inclusi

RICEVIMENTO DOCENTE

MODALITÀ	☒ IN SEDE	AULA	☐ ONLINE
GIORNI E ORARI DI RICEVIMENTO		AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]
LUNEDÌ		/	/
MARTEDÌ		/	/
MERCOLEDÌ		/	/
GIOVEDÌ		/	/
VENERDÌ		/	/
SABATO		/	/