



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 1/4

<input checked="" type="radio"/> PROF.	NOME	GIANMARCO
<input type="radio"/> PROF. SSA	COGNOME	LONGANO
	E-MAIL	g.longano@accademia.firenze.it

DATI CORSO

CORSO DI	BRAND DESIGN		
DOCENTE LIVELLO	PRIMO LIVELLO - GRAPHIC DESIGN		
INDIRIZZO	SCUOLA DI PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA		
SEMESTRE	<input checked="" type="radio"/> PRIMO	<input type="radio"/> SECONDO	
CREDITI FORMATIVI	6	(CFA)	
TIPOLOGIA DI CORSO	TEORICO PRATICO		
AULA	24		
GIORNI E ORARI DELLE LEZIONI		AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]
	LUNEDÌ	/	/
	MARTEDÌ	/	/
	MERCOLEDÌ	9 / 00	17 / 30
	GIOVEDÌ	/	/
	VENERDÌ	/	/
	SABATO	/	/

OBIETTIVI FORMATIVI DEL CORSO

Descrizione:

Il campo disciplinare sviluppa competenze critiche e operative nella Brand Design Strategy, guidando gli studenti nell'analisi, ideazione e gestione dell'identità di marca. Integra ricerca, mappatura comparativa e progettazione visiva per definire strategie di branding coerenti e innovative. Si affrontano modelli identitari, grammatica dei segni e sistemi visivi dinamici, orientati alla comunicazione valoriale ed emotiva. Il percorso include applicazioni editoriali, digitali, spaziali e packaging, formando progettisti capaci di ideare identità flessibili e riconoscibili su più media.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 2/4

PROGRAMMA DEL CORSO

Descrizione:

Il corso introduce alla Brand Design Strategy, affrontando origini, principi e strumenti di analisi per la definizione di sistemi identitari. Si parte dalla ricerca: information design, data visualization, raccolta e interpretazione dei dati tramite questionari, analisi social e keywords, mappe concettuali e analisi comparativa di brand territoriali, corporate e no-profit. La fase strategica approfondisce concetto di brand, percezione, reputazione, valore, architettura di marca, trend e megatrend, brand activism ed emotional branding, con focus su target, differenziazione e posizionamento. Si esplorano modelli identitari (Kapferer, archetipi), identità verbale (naming, payoff, tone of voice), storytelling, mission, vision e valori, sintetizzati nel brand design canvas. L'identità visiva comprende aspetti giuridici, progettazione del marchio (forme, griglie, tipografia), sistemi dinamici e generativi, teoria del colore e psicologia cromatica. Il percorso analizza le manifestazioni della brand identity in ambiti editoriali, digitali, spaziali e packaging, con sviluppo di immagine coordinata, brand book e campagne multicanale. Si conclude con il progetto di un sistema identitario completo: analisi, concept, identità verbale e visiva, applicazioni e manuale normativo, formando progettisti capaci di gestire branding strategico e comunicazione crossmediale.

MODALITÀ DELLA DIDATTICA

Descrizione:

L'insegnamento si articola in lezioni frontali e laboratori pratici. L'approccio è teorico-pratico, con momenti di riflessione critica, esercitazioni individuali e discussioni collettive. Il percorso didattico prevede:

Analisi e comprensione del tema progettuale;
Ricerca e raccolta di riferimenti visivi e teorici;
Sperimentazione grafica manuale e digitale;
Supervisione e revisione dei progetti;
Presentazione finale con esposizione orale.

Il metodo si fonda sull'unicità e sull'individualità del progetto, promuovendo la capacità di sorprendere e tradurre visivamente concetti e contenuti.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 3/4

TIPOLOGIA DI VERIFICA FINALE

TIPOLOGIA

ESAME

Descrizione:

Consegna di un volume (book) cartaceo e digitale contenente tutti gli elaborati prodotti, accompagnato da una presentazione orale che esponga il processo progettuale e i riferimenti teorici. È prevista una seconda esposizione critica su un testo scelto tra quelli consigliati o proposto dallo studente e approvato dal docente. La valutazione finale si basa su: frequenza lezioni e laboratori; partecipazione attiva e capacità di ragionamento; qualità dei contenuti e della struttura del progetto; qualità delle esercitazioni e della progettazione grafica; studio autonomo e proprietà di linguaggio

BIBLIOGRAFIA PER L'ESAME

di Longano Gianmarco, Dispense illustrate del corso, 2025-2026 (da studiare per l'esame)

Elio Carmi, Branding. Una visione design oriented. Fausto Lupetti editore, 2023.

Graziano Giacani, Inversione di marca. I valori che trasformano i brand. Hoepli 2020.

Gianni Sinni, Una, nessuna, centomila: l'identità pubblica da logo a piattaforma - Quodlibet 2018

Bibliografia aggiuntiva per consultazione o approfondimenti:

Graziano Cipollina – La percezione della Marca – 2010 Lupetti Editori di comunicazione.

Laura Minestroni – Il Manuale della marca, consumatore cultura società, Fausto Lupetti editore 2010. Daniela Bavuso, Natale Cardone. Da zero al brand, guida completa al marketing strategico dal posizionamento alla comunicazione. Ed. LSWR 2021.

Kotler Philip, Sarkar Christian, Brand activism. Dal purpose all'azione, Hoepli, 2020.

Civaschi Matteo, #Digital Art Director. Sperimenta le tecniche, allena le attitudini, trova uno stile, FrancoAngeli, 2021.

Pivanti Rossella, #Branded Podcast producer, Narrazioni audio per brand capaci di farsi ascoltare FrancoAngeli, 2021.

Siassoon Joseph, Brand storytelling nel metaverso, Libri Scheiwiller, 2022

Andrea Fontana, Storie che incantano, il lato narrativo dei brand, ROI edizioni, 2018

Cairo Alberto, L'arte del vero. Dati, grafici e mappe per la comunicazione, Pearson, 2016.



PROGRAMMA CORSO ACCADEMICO

PAG. 4/4

**STRUMENTI PER STUDENTI CON
DISABILITÀ E/O DSA**

Descrizione:

Gli studenti possono chiedere al docente un colloquio in modo da concordare obiettivi didattici ed eventuali strumenti compensativi e/o dispensativi.

STUDENTI ERASMUS

Descrizione:

Gli studenti erasmus possono chiedere al docente un colloquio in modo da concordare obiettivi didattici più specifici.

RICEVIMENTO DOCENTE

MODALITÀ	<input checked="" type="radio"/> IN SEDE	AULA	<input type="radio"/> ONLINE
GIORNI E ORARI DI RICEVIMENTO		AM [hh]:[mm]	PM [hh]:[mm]
	<u>LUNEDÌ</u>	/	/
	<u>MARTEDÌ</u>	/	/
17:30/19:00 su appuntamento	<u>MERCOLEDÌ</u>	/	/
14:00/16:00 su appuntamento	<u>GIOVEDÌ</u>	/	/
	<u>VENERDÌ</u>	/	/
	<u>SABATO</u>	/	/