

PROGRAMMA

METODOLOGIA PROGETTUALE DELLA COMUNICAZIONE VISIVA

Docente: Prof. ssa Sabrina Sguanci

Semestre: 2°

Crediti formativi (ECTS Credits): 10

Corso di riferimento (Department): Progettazione allestimenti spazi espositivi

Livello (Level): II

Anno Accademico (Academic Year): A.A 2023/24

Tipologia disciplina (Course Type): ABTEC37 Metodologia progettuale della comunicazione visiva

OBIETTIVI FORMATIVI (COURSE OBJECTIVES):

All'interno del Biennio di *Progettazione per Spazi Espositivi* il corso di metodologia progettuale della comunicazione visiva si pone l'obiettivo di analizzare e progettare gli elementi di base e sue declinazioni costituenti il sistema della comunicazione visiva in particolare integrata alla progettazione di spazi espositivi.

L'obiettivo del corso sarà quello di evolvere negli studenti capacità di approccio olistiche riguardanti le metodologie progettuali propedeutiche alla comunicazione d'impresa e di prodotto in relazione ai diversi ambiti del design, della grafica, dell'arte e dei sistemi espositivi.

Il corso approfondirà il rapporto fondante che regola la traduzione dei concept in comunicazione visiva attraverso letture analitiche di casi significativi nella storia e nella cultura progettuale inerente la corporate e brand identity e attraverso esercitazioni di analisi e creative sugli elementi caratterizzanti l'identità visiva di un soggetto, azienda, istituzione, evento etc.. nei processi di comunicazione visiva sia tradizionali che per il web.

CONTENUTI E TEMATICHE (SUBJECT MATTER):

Durante il corso verranno illustrati e analizzati temi riguardanti:

- "Gli elementi base della comunicazione visiva. Storia e analisi delle tipologie applicative"
- "Corporate e brand identity: elementi e supporti grafici della comunicazione visiva materiale e immateriale". Casi significativi della comunicazione d'impresa nella storia e nella contemporaneità. L'influenza dell'arte e del cinema.
- "Progettare l'identità visiva in relazione ad una mission aziendale e al target di riferimento.
- "Le declinazioni dell'identità visiva per spazi espositivi permanenti, eventi editoriali e temporanei"
- "Abitare il web. Strategie di comunicazione visiva e punti di forza nella creazione di un sito web, social network e newsletter"

TIPOLOGIA DELLA DIDATTICA (CLASS FORMAT):

- 1) Lezioni teoriche frontali.
- 2) Revisioni collettive e individuali e attività laboratoriali con il gruppo degli studenti.
- 3) N°3 esercitazioni distinte di progetto:
 - a) - Analisi scritto - grafica dal punto di vista della comunicazione visiva integrata agli spazi espositivi assegnati. All'interno di tali esercitazioni dovranno essere analizzati tutti gli elementi caratterizzanti l'identità visiva e sue declinazioni.
 - b) - Ricerche visive non convenzionali associative tra contenuto-immagine-materiale, finalizzate ad un mood-board su temi concordati con la docente.
 - c) - Progettare i contenuti e l'identità visiva e sua strategia di comunicazione" per un soggetto assegnato: concept, applicazioni visive e declinazioni dei diversi supporti grafici e i rispettivi canali comunicativi.

I contenuti e le esercitazioni assegnate potranno subire eventuali variazioni in relazione alle esigenze del corso.

MODALITA' DI ACCERTAMENTO FINALE (FINAL EVALUATION):

- Presentazione completa delle esercitazioni assegnate - Lettura obbligatoria di un testo tra la bibliografia assegnata. Si dovrà dimostrare, sintesi e trasferimento dei contenuti descritti, leggibilità, riproducibilità per i sistemi di stampa tradizionale e digitale e applicazione nei diversi supporti materici.

I criteri di valutazione, si atterranno alla qualità progettuale e relazionale tra concept e proposte grafiche sviluppate. Capacità critica e di analisi maturate dagli studenti durante il corso. Seguono inoltre criteri ispirati all'autonomia critica e allo spirito d'iniziativa dimostrati nell'iter di progetto e nelle capacità di rappresentazione delle proposte.

Capacità comunicativa verbale e grafica dei progetti.

BIBLIOGRAFIA (BIBLIOGRAPHY):

- Grimaldi P., *Blur design. Il branding invisibile*. Logo, Fausto Lupetti editore 2018
- Falcinelli R., *Cromorama*. Ed. Einaudi 2017
- Frutiger A., *Segni & simboli. Disegno, progetto e significato*. Stampa Alternativa/Graffiti 1997.

- Eco U., *La struttura assente. La ricerca semiotica e il metodo strutturale*. Tascabili Bompiani 1989
- Rauch A., *Graphic design. La storia i protagonisti e i temi dall'Ottocento ai giorni nostri*. Guide Cultura Mondadori 2006.
- Polano S., Vetta PP., *Abecedario. La grafica del novecento*. Electa 2003