

SCUOLA	GRAFICA
ANNUALITA'	II TRIENNIO - 2025/2026
DISCIPLINA	1719 Graphic Design II
TIPOLOGIA DISCIPLINA	LABORATORIALE
NUMERO ORE LEZIONE	3
NUMERO CFA	4
DISTRIBUZIONE INSEGNAMENTO NELL'ANNUALITA'	ANNUALE

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI ATTESI

Il corso di Graphic Design 2 (primo modulo) si propone di accompagnare gli studenti e le studentesse nell'acquisizione delle competenze necessarie per la progettazione di un marchio (logotipo, pittogramma, pay off). Verrà in particolare presa in considerazione la valenza delle figure geometriche di base e l'interazione fra esse. L'analisi dei passi progettuali della progettazione di marchi famosi consentirà di replicare la procedura acquisita per lo sviluppo sia di progetti didattici che di progetti reali. Un progetto esterno, preso in considerazione in tutte le sue fasi: incontro con la committenza, ricezione ed analisi del brief, ricerca, elaborazione rough, digitalizzazione, armonizzazione, scelta palette colori, finalizzazione e presentazione ai compagni e alla committenza.

Conoscenza e capacità di comprensione	La conoscenza e la capacità di comprensione saranno perseguite attraverso l'analisi critica dei passi progettuali posti in essere nella progettazione di marchi famosi.
Capacità di applicare conoscenza e comprensione	La metodologia acquisita verrà applicata allo sviluppo di un progetto reale. La progettazione posta in essere risponderà a criteri professionali.
Autonomia di giudizio	La rispondenza del progetto elaborato alle regole apprese, permetterà una lettura critica puntuale. Un check list di verifica, fornita e motivata dal docente, consentirà la piena autovalutazione degli elaborati.
Abilità comunicative	La progettazione posta in essere sarà condivisa e motivata attraverso presentazioni pubbliche e relazioni accompagnatorie.
Capacità di apprendimento	Lo stimolo fornito dai contenuti del corso consentirà ai partecipanti di intraprendere studi successivi, nell'ambito delle arti visive, con consapevolezza e in piena autonomia.

CONTENUTI	- Introduzione al concetto di marchio - Il basic design e le forme geometriche elementari - Esercizi con le forme: creazione di pittogrammi - Il modulo base e le proporzioni nella progettazione dei marchi - Analisi case history - Sviluppo progetto esterno: incontro con la committenza, ricezione ed analisi del brief, ricerca, elaborazione rough, digitalizzazione, armonizzazione, scelta palette colori, finalizzazione e presentazione ai compagni e alla committenza.
METODOLOGIA ADOTTATA	[X] IN PRESENZA Il corso prevede un'alternanza fra spiegazioni teoriche frontali ed esercitazioni guidate. Nelle esercitazioni le studentesse e gli studenti applicheranno le nozioni oggetto delle spiegazioni teoriche. Progettazione e realizzazione di lavori su commesse esterne. Revisioni periodiche. Valutazioni pubbliche e discussioni di gruppo. Presentazione da parte degli studenti dei progetti svolti.
BIBLIOGRAFIA, SITOGRAFIA, VIDEOGRAFIA	Bibliografia obbligatoria: - Materiali e dispense condivise attraverso la piattaforma Classroom di riferimento e caricate nel portale dell'Accademia. - Adrian Frutiger, Segni & simboli. Disegno, progetto e significato. Roma, Stampa alternativa, 1996 Bibliografia facoltativa: - Sergio Bianco, Fabio Zancanella, I codici della logogenesi. Tipolitografia Botalla, 2017
M O D A L I T A ' D I VALUTAZIONE	L'elaborato finale sarà valutato attraverso diversi parametri: aderenza al brief, originalità, coerenza cromatica e stilistica, scalabilità, versatilità. Inoltre verrà verificata e valutata la consegna di tutti gli esercizi propedeutici assegnati.