

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Art Direction	Capitini Matteo	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

Raggiungimento di un background storico – culturale buono, relativo alla storia del design della comunicazione italiana e internazionale. Comprensione di meccanismi del processo creativo, nell'ambito della comunicazione visiva aziendale. Accenni di marketing aziendale legato alla comunicazione visiva.

Definizione ed esercitazione finalizzata alla comprensione e alla sperimentazione dei passaggi necessari per arrivare dal brief al progetto. Produzione di una 'campagna' integrata di comunicazione (video, visual e digital).

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

La figura dell'Art Director è oggi molto sfaccettata, il corso si prefigge di fornire gli strumenti utili ad affrontare le sfide contemporanee, formando un'attitudine piuttosto che la tecnica necessaria.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Conoscenza dei principali software di progettazione (Adobe Creative Cloud)

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

Il processo creativo
Storia del design e della comunicazione visiva italiana
Approfondimenti su figure di rilievo nell'ambito della comunicazione visiva
Come si sviluppa un progetto creativo
Analisi di progetti di comunicazione integrata, realizzati negli ultimi 2 anni
Laboratorio di progettazione

ARGOMENTI ►

Come si coltiva il processo creativo, storia della comunicazione visiva e del design italiano, cultura del progetto.

METODI DIDATTICI ►

Il corso sarà composto da lezioni teoriche svolte mediante l'utilizzo di slide e di documenti video e da lezioni pratiche (laboratori) nonché da revisioni dei progetti svolti durante l'anno.

BIBLIOGRAFIA ►

SCRIPTA VOLANT. Un nuovo alfabeto per scrivere (e leggere) la pubblicità oggi - Paolo Iabichino

DESIGN E COMUNICAZIONE VISIVA Bruno Munari - Editori Laterza