

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
Brand Design	Nydia Teresa Cuevas	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

Acquisire consapevolezza sui termini che contribuiscono alla definizione di Brand e Brand Design. Conoscenza e approfondimento del processo e delle tecniche usate per impostare una strategia di creazione del brand e la traduzione delle informazioni ottenute in comunicazione visiva del Brand.

Mettere in pratica le tecniche acquisite creando un brand da zero, per consolidare le conoscenze di base su un progetto realistico o vero.

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

La conoscenza e posteriore consapevolezza della costruzione e progettazione della strategia di un brand, dal punto di vista design, contribuisce ad dare l'importanza alla **progettazione da un punto di vista olistico** di un prodotto di design in generale.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

L'alunno dovrà avere conoscenze indispensabili: base del design - teoria del colore, psicologia del colore, uso delle tecnologie di progettazione grafica- e conoscenze utili conoscenze come l'estetica e la storia dell'arte.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

Teoria sul Brand e Branding, tecniche per la costruzione del Brand (modelli) ed esercitazioni con le tecniche imparate, analisi di brand esistenti, Brand Identity

ARGOMENTI ►

Concetti base, modelli di identità del brand, Business Model, Personas, Processo creativo e concept, Design Strategy (modello Carmi e Ubertis) Brief, Naming, mission, visione e proposta di valore, tipi di brand, responsabilità sociale, emozioni e neuroscienze.

METODI DIDATTICI ►

Lezioni frontali per gli argomenti teorici: supportate da fotografie, video e condivisione in classe (e aula virtuale)

Tecniche usate per il Design Thinking per elaborare: concetti, brainstorming, prendere decisioni.

Lavoro e presentazioni di gruppo: per risolvere problemi, attraverso la condivisione, la critica costruttiva e la elaborazione di opinioni.

BIBLIOGRAFIA ►

- **Branding D.O. Progettare la marca. Una visione design oriented**, marzo 2020, Elio Carmi & Elena Iraela Wegher, Fausto Lupetti Editore.
- **Creare Modelli di business**, 2019, Alexander Osterwalder e Yves Pigneur, Edizioni LSWR.
- **Il Manuale della marca, consumatore e società** - 2010, Laura Minestrone, Fausto Lupetti Editore.
- **Design Brand Identity**, 2013, 4th ed., Alina Wheeler, published by: John Wiley & Sons (In inglese)
- **Los 5 pilares del branding. Anatomía de la marca**, Joan Costa, CPC editor (in spagnolo)
- **Da cosa nasce cosa** - 1981, Bruno Munari, Editori Laterza