

INSEGNAMENTO	DOCENTE	CFA
PROGETTAZIONE GRAFICA	ALFREDO GHIDELLI	6

OBIETTIVI FORMATIVI E RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI ►

- Trasmettere agli studenti le competenze necessarie per un'analisi critica e consapevole prima della progettazione vera e propria.
- Gli studenti dovranno essere in grado di saper individuare spazi visuali e capacità intuitiva di progettazione.
- In autonomia proporre scelte progettuali sensate e innovative per le varie tematiche proposte.
- Autonomia nella scelta dei supporti e ricerca nelle tecniche grafiche più attuali
- Conoscenza delle varie fasi di confezione del progetto grafico

APPORTO SPECIFICO AL PROFILO PROFESSIONALE / CULTURALE ►

L'acquisizione degli obiettivi formativi, la capacità di rendersi responsabili e coscienti nel lavorare in team, l'accrescimento culturale attraverso l'acquisizione di letture e informazioni del settore, la partecipazione a seminari, workshop e briefing progettuali e la volontà dello studente nel voler "emergere" porteranno lo stesso ad un approccio sensato al mondo del lavoro o ad una preparazione idonea per affrontare il biennio di specialistica.

PREREQUISITI RICHIESTI ►

Acquisizione dei contenuti delle materie specialistiche e laboratoriali, padronanza dei software professionali per la gestione progettuale, capacità e autocritica nell'affrontare i briefing aziendali e progettuali, conoscenze di comunicazione pubblicitaria.

CONTENUTI DELL'INSEGNAMENTO ►

LA PROGETTAZIONE E IL CONCETTO DI CREATIVITÀ
L'APPROCCIO AL PROGETTO CREATIVO
COME SVILUPPARE UN PROGETTO CREATIVO
COMPETENZE E REGOLE
IL FLUSSO DI LAVORO
CONCETTI DI CREATIVITÀ LEGATE AL MONDO DELLA COMUNICAZIONE

GRAZIE ALLE COLLABORAZIONI APERTE CON IL TERRITORIO GLI STUDENTI SPAZIERANNO IN VERI PROGETTI LAVORATIVI.

ARGOMENTI ►

POSSONO VARIARE E MODULARSI IN BASE AL PROGETTO

A MONTE DEL PROGETTO
LA SCOPERTA DEI CODICI

IMPAGINARE UN LIBRO
LA GABBIA OTTENUTA CON LA SEZIONE AUREA
TUTTI I FORMATI CON LE DIAGONALI

LE GRIGLIE OTTENUTE
METODOLOGIE DI ANALISI E DI PROGETTAZIONE
BRAND IDENTITY, IDENTITÀ VISIVA E I CONCETTI PRINCIPALI DELLA PROGETTAZIONE GRAFICA,
ELEMENTI BASE DELLA GRAFICA (SCELTA DEI DISPOSITIVI / FORMATO CARTACEO E DIGITALE / GABBIE /
GERARCHIE / TESTO / COLORE / IMMAGINI), I CARATTERI TIPOGRAFICI, ANATOMIA E ANALISI DEL
MARCHIO, IMMAGINE COORDINATA (DECLINAZIONE SU STRUMENTI CARTACEI, WEB E SOCIAL MEDIA, IL
MANUALE DI UTILIZZO DELL'IMMAGINE COORDINATA).
DECLINARE LE SCELTE PROGETTUALI SU ELEMENTI DIVERSI, CARTACEI, PACKAGING, WEB.

IMPAGINARE SUL CORPO DEL TESTO
GRIGLIE IN RAPPORTO AL LEADING
GRIGLIE POSSIBILI PER UNO STESSO FORMATO
LA GRIGLIA PER BROCHURE, LOCANDINE, DEPLIANT E PER UN LIBRO

METODI DIDATTICI ▶

Approccio diretto e lavorativo con la realtà del territorio (ente, fondazione, azienda, museo, cooperativa, impresa, etc...)
Workshop e Seminari specialistici
Controllo finale di tutte le fasi, momento di verifica con il gruppo di studenti.

BIBLIOGRAFIA ▶

- **Abecedario Del Grafico** – Michele Spera – Gangemi Editore
- **Progettazione Grafica** – Clemente Francavilla – Logos Edizioni
- **Le Regole Della Comunicazione Fra Design E Advertising Elementi Di Progettazione Grafica** – Giovanni Federle E Carla Stefani – Clitt Edizioni
- **Manuale Di Progettazione Grafica** – Mariuccia Teroni – Apogeo Edizioni