

PROGRAMMA DI GRAPHIC DESIGN (TRIENNIO).

Il corso, articolato in tre anni, tratta i diversi argomenti che ricadono sotto l'ombrello della progettazione grafica: dalla comprensione del *brief* alla gestione del processo creativo, dalla tipografia alla composizione, dal packaging al logo design.

L'obiettivo formativo del primo anno è offrire a tutti gli studenti - indipendentemente dal loro *background* - gli strumenti per comprendere e analizzare criticamente la comunicazione che li circonda, sviluppare una metodologia progettuale efficace, stimolare il pensiero laterale ed essere in grado di governare l'idea dai primi bozzetti al progetto esecutivo.

Programma granulare:

PRIMO ANNO:

Costruzione del Retroterra generico ovvero Da dove vengono le idee:

- L'importanza della curiosità;
- La contaminazione culturale;
- Il pensiero laterale.

Costruzione del Retroterra creativo ovvero Come si combinano le idee:

- L'utilità delle figure retoriche applicate al progetto grafico;
- Metodi di *brainstorming* per stimolare la creatività;
- Il binomio fantastico: narrare per immagini.

Costruzione del Retroterra grafico:

- Il progetto grafico come veicolo di comunicazione;
- Glossario tecnico e idioletto;
- Relazionarsi con la storia della progettazione grafica.

Il ciclo del lavoro:

- *Brief*;
- Metaprogetto e *Benchmark*;
- Progetto (*Sketch, Rough, Layout*);
- Progetto Esecutivo;
- Assistenza alla produzione.

Gli attori del Progetto Grafico (le professionalità):

- Graphic Designer;
- Art Director;

- Direttore Creativo;
- Tipografo.

Caratteri tipografici:

- Classificazione generale;
- Anatomia dei font;
- Cosa comunicano;
- Dove trovarli.

Colori:

- Il colore, fisicamente;
- Riproduzione oggettiva;
- i Metodi: RGB, CMYK, PANTONE.

Immagini/Foto/Illustrazioni:

- Capire le immagini;
- Forma e formati;
- Il funzionamento delle immagini;
- Art Direction e trattamento fotografico;
- Le banche immagini
- Diritti d'autore: Copyright / Copyleft

Testi:

- Segni convenzionali per la correzione delle bozze;
- Le norme di editing;
- Leggibilità del testo.

Carta:

- Tipi, grammature, curiosità;
- Formati standard Uni.

L'organizzazione dello spazio:

- Basic Design;
- Rapporti gerarchici tra testo, immagini e colore;
- Progettare una pagina.

Marchi, Logotipi e Branding:

- Pittogrammi, Marchi e Logotipi;
- Leggere e interpretare un Manuale del Marchio;
- Progettare un Marchio di Impresa.

Quantificare i costi:

- Il valore delle idee;
- Le *deadline*.