

1	GRAPHIC DESIGN 3 ANNO
2	OBBLIGATORIO
3	EQF 6
4	3
5	5+6
6	10
7	FILIPPO CENTENARI
8	<p>Il corso è orientato alla creatività applicata e alla definizione della figura del Graphic Designer. Ruolo che prevede una base solida di conoscenza e di riferimenti culturali, capace di coniugare e definire il processo creativo nel migliore dei modi.</p> <p>Il corso mira a produrre svariati elaborati in funzione di temi precisi.</p> <p>L'analisi e la ricerca degli stili, la programmazione temporale del lavoro e la corretta esecuzione sono alcune delle finalità previste.</p>
9	FRONTALE
10	Conoscenza Suite Adobe CC
11	<p>a. GRIGLIA TIPOGRAFICA: Linee guida x team</p> <p>b. CAMPAGNA PUBBLICITARIA 1: Grafica</p> <p>c. CAMPAGNA PUBBLICITARIA 2: Fotografica</p> <p>d. DEM NEWSLETTER + LANDING PAGE: Web</p> <p>e. CAMPAGNA VIDEO: Tv+Web</p>
12	<p>Progettare con e senza griglie - Timothy Samara (Hoepli)</p> <p>Fiesta. Branding and identity for festivals - Wang Shaoquiang (Promopress)</p> <p>New Media Art - Mark tribe / Reena jana (Taschen)</p> <p>Form+Code in Design, Art, and Architecture - Casey Reas, Chandler McWilliams, LUST (Princeton Architectural Press)</p> <p>Glitch: Designing Imperfection - Iman Moradi & Ant Scott (Mark Betty Pubb.)</p>
13	-
14	Consegne durante l'anno con valutazione ed esame finale.
15	ITALIANO