

1	GRAPHIC DESIGN & MULTIMEDIA I
2	OBBLIGATORIO
3	LIVELLO EQF 6
4	1
5	1+2
6	10
7	DIEGO RUGGERI
8	<p>Dalla carta ai bit: non si può pensare al futuro senza solide radici.  Il processo di dematerializzazione che le nuove tecnologie hanno reso possibile guida i processi culturali del corso.  Deve essere chiaro che la mancanza di fisicità non prelude alla mancanza dei contenuti che vanno acquisiti e veicolati con competenza.  Il programma del corso prevede l'acquisizione di competenze pratiche per realizzare tutto ciò che è necessario per la realizzazione di progetti di comunicazione integrata: progetti editoriali complessi, set fotografici. Il corso è fondato sulla sinergia tra cultura visiva, creatività, tecnologia e conoscenza dei mercati di competenza.  Il graphic multimedia designer è il responsabile della progettazione grafico-visuale della comunicazione multimedia  graphic multimedia designer vuole dire realizzare in forma visiva e creativa messaggi complessi, utili a stabilire un'interazione con i destinatari dei messaggi stessi.</p>
9	FRONTALE
10	-
11	<p>intro e presentazione del corso</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- richiesta materiali sviluppati nella scuola secondaria o in ambiti contigui alla disciplina</li> <li>- visione materiali sviluppati dagli allievi LABA</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• intro graphic design</li> <li>• Dal naturalismo all'astrazione; il segno e la sintesi visiva - la rappresentazione schematica della realtà: il pittogramma</li> </ul> <p>esempi:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- pittogrammi neolitici</li> <li>- Otto Neurath (ISOTYPE system)</li> <li>- Gerd Antz (pittogrammi in ISOTYPE)</li> <li>- Otl Aicher (pittogrammi olimpiadi del '72)</li> <li>- Vari pittogrammi (esempio sull'evoluzione pittogrammi olimpiadi nel ventesimo secolo)</li> <li>- pittogrammi vari e di uso quotidiano</li> </ul> <p>analisi dei pittogrammi e delle singole forme e stili applicati</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- disegno pittogrammi: scelta e brief</li> <li>- disegno a mano</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• lavoro sul pittogramma: definizione dello stile e dei sistemi che ne definiscono l'unitarietà e la riproducibilità nei differenti ambienti</li> <li>- valutazione bozze, considerazioni collettive e affinamento tecniche</li> <li>- lavoro su pittogrammi con vincolo di stile (linea, pieno, forma geometrica)</li> </ul> <ul style="list-style-type: none"> <li>• il segno come espressione di un concetto (ideogramma)</li> <li>- esempi di marchi come ideogrammi</li> <li>- disegno ideogrammi: scelta temi e brief</li> <li>- disegno a mano</li> </ul>

- lavoro sull'ideogramma:
  - valutazione bozze, considerazioni collettive e affinamento tecniche
  - trasposizione del lavoro in illustrator
  
- tipogrammi e poesia visiva - lavoro estetico sul significante per enfatizzare il significato
  - esempi e cenni storici
  - disegno tipogrammi: scelta dei termini
  - lavoro in illustrator ed inDesign
  - <http://www.youtube.com/watch?v=J59n8FsoRLE&feature=youtu.be>
  
- Il marchio e logotipo
  - cenni storici ed evoluzione dei marchi nel 20esimo secolo
  - esempi e analisi di marchi noti
  - scelta del tema da sviluppare e brief
  - bozza di marchio a mano
  
  - il marchio ai giorni nostri, evoluzioni, tendenze e avanguardie
  - esempi ed analisi di marchi e logotipi contemporanei
  - analisi dei concept elaborati
  - considerazioni collettive
  
- La corporate
  - Cenni storici
  - la corporate identity
  - le gabbie di impaginazione (esempi di gabbie semplici per l'impaginazione degli strumenti della corporate)
  - utilizzo del marchio e relative applicazioni
  - le applicazioni oltre alla modulistica (mezzi, gadget ecc)
  - esempi di corporate images
  - manuale della corporate ed esempi
  
- Lavoro sulla corporate
  - applicazione dei marchi scelti agli strumenti di segreteria e ai differenti supporti per la comunicazione d'impresa.
  
- il colore
  - il colore come mezzo espressivo
  - cenni storici sull'uso del colore e relativi significati e influenze sociali
  - il colore nella comunicazione visiva
  
- tavolozze colore
  - l'uso degli abbinamenti di colore
  - sapienti esempi di abbinamenti cromatici
  - lavoro sulle tavolozze in illustrator
  - lavoro sulle tavolozze in Photoshop
  - lavoro sulle tavolozze in InDesign
  
- la stampa - storia e tecniche
  - cenni storici: stampa a caratteri mobili (dalla cina a Gutenberg)
  - vari tipi di stampa: litografica, serigrafica, offset e digitale
  - fotocomposizione
  - gli inchiostri
  - le lavorazioni speciali e le tecniche di stampa avanzate (colori aggiuntivi, rilievi, lamine a caldo)

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• la stampa - tipi di carta e formati <ul style="list-style-type: none"> <li>- tipi di carta (esempi con campionari e utilizzo in tipografia)</li> <li>- formati carta (formati UNI, ottimizzazione nella stampa)</li> <li>- cartotecnica: fustelle, pieghe e utilizzo creativo della carta</li> <li>- esempi</li> </ul> </li>   <li>• l'immagine digitale - l'uso della fotografia nel graphic design <ul style="list-style-type: none"> <li>- l'uso creativo dell'immagine fotografica</li> <li>- esempi di impaginati con immagini fotografiche</li> </ul> </li>   <li>• gabbie di impaginazione <ul style="list-style-type: none"> <li>- la gabbia di impaginazione, i margini, i formati, i rapporti con la pagina</li> <li>- esempi di gabbie</li> <li>- gli elementi all'interno della gabbia, i pesi, le immagini</li> <li>- il testo nella gabbia, le colonne, allineamenti, spaziatura e interlinea</li> </ul> </li>   <li>• il progetto editoriale: il libro d'artista <ul style="list-style-type: none"> <li>- Introduzione/definizione delle fasi "tipiche" di progetto</li> <li>- esempi di progetti editoriali</li> <li>- Impostazione del tema e del relativo progetto editoriale: specifiche concettuali e specifiche tecniche</li> <li>- lavoro sul progetto editoriale</li> <li>- sviluppo concept creativo</li> <li>- sviluppo di alcune aperture del progetto: suggestioni iconografiche e di impaginazione</li> <li>- preparazione dei file per la stampa</li> <li>- analisi di documenti stampati con tecnologie digitali e con stampa Offset</li> <li>- le lavorazioni speciali</li> <li>- stampa del progetto con tecnologie digitali</li> </ul> </li> </ul>
12	<p>Bibliografia:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• La linea Analitica dell'arte moderna - Filiberto Menna - Einaudi editore <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il manuale del Graphic design - progettazione e produzione - Gavin Ambrose, Paul Harris - Zanichelli editore</li> <li>• Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale - Bruno Munari - edizioni Laterza</li> <li>• Cataloghi e materiali vari</li> </ul> </li>   <li>• siti di riferimento: <ul style="list-style-type: none"> <li>- designhistory.org</li> <li>- ffffound.com</li> <li>- designspiration.net</li> <li>- vimeo.com</li> <li>- logodesignlove.com</li> <li>- behance.net</li> <li>- 99%</li> <li>- graphic exchange</li> <li>- creattica.com</li> </ul> </li> </ul>
13	-
14	
15	ITALIANO

