

NOME DEL CORSO	<b>ART DIRECTION</b>
TIPOLOGIA (indicare se il corso è obbligatorio oppure se si tratta di un'attività a libera scelta dello studente)	Obbligatorio
CICLO DI STUDIO (indicare se triennio o biennio)	Biennio
ANNO DI INSEGNAMENTO	2023/2024
DURATA DEL CORSO (semestrale o annuale)	Annuale
CREDITI	12
NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/PROFESSORE	Giorgio Mininno
BREVE DESCRIZIONE DEGLI OBIETTIVI/FINALITA' DEL CORSO	<p>Per comprendere il ruolo dell'art direction affronteremo tutte le fasi di un progetto di rebranding: dalla ricerca di mercato al concept creativo, fino allo sviluppo di un brand manual.</p> <p><b>Modalità del corso.</b> Il corso è formato sia da lezioni frontali che lezioni di laboratorio. Durante i laboratori ogni studente dovrà produrre degli esecutivi, presentare e motivare il proprio lavoro.</p> <p><b>Le tre fasi di lavoro:</b> Q1. Analisi e Ricerca, Posizionamento di un marchio Q2. Concept, Moodboard e Presentazione di un'idea di brand Q3. Sviluppo di un brand manual</p>
METODOLOGIA DI INSEGNAMENTO (indicare se in presenza o a distanza)	Presenza
PREREQUISITI	/
PROGRAMMA DEL CORSO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branding: introduction and history</li> <li>• Brand Assesment</li> <li>• Benchmark</li> <li>• Positioning e golden Circle</li> <li>• Archetypal Branding</li> <li>• Creative proposal</li> <li>• Introduction to Art Direction</li> <li>• Creating a Moodboard</li> </ul>
EVENTUALE BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA	/
MODALITA' DI SVOLGIMENTO DELL'ESAME (indicare se, ad esempio, sia necessario preparare degli elaborati specifici per il superamento dell'esame)	Presentazione del documento Brand Bible progettato durante l'anno
LINGUA DI INSEGNAMENTO	Italiano



NAME OF THE COURSE	<b>ART DIRECTION</b>
TYPE	Mandatory
CYCLE	Master
YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)	2023/2024
SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED	Annual
NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED	12
NAME OF LECTURER(S)	Mininno Giorgio
LEARNING OUTCOMES	<p>To understand the role of art direction, we will cover all phases of a rebranding project: from market research to creative concept, up to the development of a brand manual.</p> <p><b>Course Format:</b> The course consists of both lectures and lab sessions. During the labs, each student will be required to produce executables, present, and justify their work.</p> <p><b>The three phases of work:</b> Q1. Analysis and Research, Brand Positioning Q2. Concept, Moodboard, and Presentation of a brand idea Q3. Development of a brand manual</p>
MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)	Face-to-face
PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)	/
COURSE CONTENT	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Branding: introduction and history</li> <li>• Brand Assessment</li> <li>• Benchmark</li> <li>• Positioning e golden Circle</li> <li>• Archetypal Branding</li> <li>• Creative proposal</li> <li>• Introduction to Art Direction</li> <li>• Creating a Moodboard</li> <li>• Art Direction Proposal</li> <li>• Brand Bible Essentials</li> <li>• How to brief the design team</li> <li>• Photography Essentials</li> <li>• Typography Essentials</li> <li>• Graphic Design Essentials</li> <li>• Exposition guidelines</li> </ul>
RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS	/



ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA	Students will be required to pitch the project completed during the year, explaining the motivations behind the creative choices made and the strengths of the brand that has been created.
LANGUAGE OF INSTRUCTION	Italian

