

|   |                       |
|---|-----------------------|
| NOME DEL CORSO  | <b>GRAPHIC DESIGN</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)  | Triennio              |
| ANNO DI INSEGNAMENTO  | 2025/2026             |
| DURATA DEL CORSO (semestrale o annuale)   | Annuale               |
| CREDITI   | 10                    |
| NOME E COGNOME DELLA PROFESSORESSA/<br>PROFESSORE   | Diego Ruggeri         |



|   |   |
|---|---|
| <p>BREVE DESCRIZIONE<br/>DEGLI OBIETTIVI/FINALITA'<br/>DEL CORSO</p>              | <p><b>Dalla carta ai bit e all'Intelligenza Artificiale: Orizzonti Espansi</b><br/>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, arricchiti dall'integrazione dell'Intelligenza Artificiale (AI) come estensione potenziante del processo creativo e produttivo.<br/>Deve essere chiaro che la mancanza di fisicità non prelude alla mancanza dei contenuti, che vanno acquisiti e veicolati con competenza, sfruttando anche gli strumenti di AI per l'ottimizzazione.</p> <p>Il programma del corso prevede l'acquisizione di <b>competenze pratiche</b> per realizzare tutto ciò che è necessario per la realizzazione di progetti di comunicazione integrata: progetti grafici, sistemi corporale, progetti editoriali complessi, set fotografici, <b>gestendo e sfruttando gli strumenti di AI generativa e predittiva</b>. Il corso si fonda sulla sinergia tra cultura visiva, creatività, <b>tecnologia avanzata (inclusa l'AI)</b> e conoscenza dei mercati di competenza.</p> <p><b>Il Ruolo del Graphic Multimedia Designer nell'Era dell'AI</b><br/>Il graphic multimedia designer è il responsabile della progettazione graficovisuale della comunicazione multimediale e funge da ponte tra l'idea creativa e la sua realizzazione tecnologica.</p> <p>Diventare graphic multimedia designer oggi non significa solo padroneggiare software tradizionali, ma anche saper orchestrare ecosistemi di strumenti, inclusi i motori di Intelligenza Artificiale.</p> <p>Questo professionista realizza in forma visiva e creativa messaggi complessi, utili a stabilire un efficace livello di interazione con i destinatari, assumendosi le seguenti responsabilità chiave:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Direzione Creativa Aumentata:</b> Guidare la visione estetica e funzionale del progetto, utilizzando l'AI per velocizzare le fasi di <i>prototyping</i> e <i>ideation</i>, trasformando <i>prompt</i> (istruzioni) in risultati visivi coerenti e di alta qualità.</li> <li>• <b>Gestione dei Flussi di Lavoro Ibridi:</b> Integrare armoniosamente contenuti generati dall'AI con interventi manuali e <i>refining</i> (affinamento) umano, garantendo l'originalità e la proprietà intellettuale del prodotto finale.</li> <li>• <b>Architettura dell'Informazione Visiva:</b> Organizzare e presentare dati e contenuti in modo chiaro e intuitivo attraverso interfacce, animazioni e <i>design system</i> complessi.</li> <li>• <b>Valutazione dell'Impatto:</b> Analizzare, spesso con l'aiuto di strumenti di AI predittiva, l'efficacia dei messaggi sui mercati e adattare rapidamente le strategie di comunicazione.</li> </ul> <p><b>In sintesi, il designer è il curatore strategico che sfrutta l'AI non solo come strumento di produzione, ma come un vero e proprio co-pilota per l'ideazione, l'efficacia comunicativa e la scalabilità dei progetti.</b></p> |
| <p>METODOLOGIA DI<br/>INSEGNAMENTO (indicare<br/>se in presenza o a distanza)</p> | <p>Presenza</p>   |
| <p>PREREQUISITI</p>   | <p>/</p>  |



|                     |  |
|---------------------|--|
| PROGRAMMA DEL CORSO | <p>Il corso si sviluppa attraverso moduli teorici e pratici, esplorando le radici del design visivo e proiettandole nelle nuove frontiere offerte dall'Intelligenza Artificiale, vista come <b>estensione della creatività e acceleratore della produzione.</b></p> <p><b>I. Introduzione, Radici e Sviluppo del Segno Visivo</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Introduzione e Presentazione del Corso:</b> Struttura, obiettivi e metodologia. Integrazione dell'AI nei <i>workflow</i> di design come strumento di <i>ideation</i> e <i>prototyping</i>.</li> <li>• <b>Richiesta Materiali:</b> Analisi dei materiali sviluppati nella scuola secondaria o in ambiti contigui alla disciplina.</li> <li>• <b>Visione Materiali:</b> Presentazione dei lavori sviluppati dagli allievi LABA (Accademia di Belle Arti) come <i>benchmark</i> di eccellenza.</li> <li>• <b>Introduzione al Graphic Design:</b> Storia, principi fondamentali e ruolo del designer nell'era digitale e aumentata.</li> <li>• <b>Dal Naturalismo all'Astrazione:</b> Il segno e la sintesi visiva. La rappresentazione schematica della realtà: <b>il pittogramma.</b></li> </ul> <p><b>II. Il Pittogramma: Sintesi, Stile e riproducibilità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Analisi dei Pittogrammi:</b> Studio approfondito delle singole forme, stili e coerenza applicata nei sistemi di segnaletica e comunicazione.</li> <li>• <b>Disegno Pittogrammi:</b> Scelta e <i>brief</i>. Esercizi di sintesi visiva con approccio manuale.</li> <li>• Sviluppo Proposte: Sviluppo di una serie di proposte utilizzando metodi tradizionali e strumenti di AI generativa (es. <i>text-to-image</i>) per esplorare varianti veloci e inusuali.</li> <li>• <b>Lavoro sul Pittogramma:</b> Definizione dello stile e dei sistemi che ne definiscono l'unitarietà e la riproducibilità nei differenti ambienti.</li> <li>• <b>Valutazione e Affinamento:</b> Valutazione bozze, considerazioni collettive e affinamento delle tecniche. <b>Discussione sull'etica e l'originalità dei contenuti co-creati con l'AI.</b></li> <li>• <b>Esercizio Vincolato:</b> Lavoro su pittogrammi con vincolo di stile (linea, pieno, forma geometrica).</li> </ul> <p><b>III. L'Ideogramma e il Marchio: Concetto e Identità</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Il Segno come Espressione di un Concetto (Ideogramma): Analisi del potere concettuale del segno.</li> <li>• <b>Esempi di Marchi come Ideogrammi:</b> Analisi di casi studio di marchi basati sul concetto (simboli).</li> <li>• <b>Disegno Ideogrammi:</b> Scelta dei temi e <i>brief</i>. Esercizi di schizzo e <i>brainstorming</i> a mano.</li> <li>• Lavoro sull'Ideogramma:             <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Valutazione bozze, considerazioni collettive e affinamento tecniche.</li> <li>◦ Trasposizione del lavoro in Illustrator e ottimizzazione vettoriale, affiancata da sperimentazione di <i>refining</i> (affinamento) con strumenti AI per la variazione cromatica e di forma.</li> </ul> </li> <li>• <b>Il Marchio e Logotipo:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>◦ Cenni storici ed evoluzione dei marchi nel XX secolo.</li> <li>◦ Esempi e analisi di marchi noti.</li> <li>◦ Scelta del tema da sviluppare e <i>brief</i>.</li> <li>◦ Il marchio ai giorni nostri: evoluzioni, tendenze e <b>l'impatto dell'AI sulle avanguardie del branding.</b></li> <li>◦ Analisi dei <i>concept</i> elaborati, inclusi quelli potenziati dall'esplorazione AI.</li> </ul> </li> </ul> |
|---------------------|--|



#### IV. Corporate Identity e sue Applicazioni

- **La Corporate Identity:** Utilizzo del marchio e relative applicazioni.
- **Il Manuale della Corporate:** Il manuale definisce le regole sull'utilizzo, sia del logo che della *visual identity* e dell'immagine coordinata. Vengono fornite precise indicazioni su **formati, colori (anche in relazione ai *color palette generators* basati su AI) e font** da usare, gerarchie visive e coerenza.
- **Manuale della Corporate ed Esempi:** Analisi di manuali esistenti.
- **Applicazioni:** Applicazione dei marchi scelti agli strumenti di segreteria e ai differenti supporti per la comunicazione d'impresa, **utilizzando *template* e *asset management* coadiuvati da AI.**
- **Verifica della Coerenza:** Esercizio pratico di implementazione e controllo della coerenza visiva.

#### V. Il Progetto Editoriale - libro d'artista

- **Il Progetto Editoriale: Il Libro d'Artista:**
  - Introduzione/definizione delle fasi "tipiche" di progetto.
  - Esempi di progetti editoriali noti.
- **Impostazione del Tema e del Progetto Editoriale:** Specifiche concettuali e tecniche.
- **Sviluppo Concept Creativo:** Utilizzo dell'AI per la **generazione di *moodboard* veloci, suggerimenti iconografici** e strutturali.
- **Sviluppo delle Aperture:** Suggestioni iconografiche e di impaginazione.
- **Preparazione dei File per la Stampa: Ottimizzazione dei processi di *pre-press* e *proofing*.**
- **Analisi Tecnica:** Analisi di documenti stampati con tecnologie digitali e con stampa *Offset*. Le lavorazioni speciali.
- **Stampa del Progetto** con tecnologie digitali.



|  |  |
|--|--|
| <p>EVENTUALE<br/>BIBLIOGRAFIA/SITOGRAFIA</p>   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>La forma del libro</b> - Jan Tschichold - Ronzani editore</li> <li>• <b>La linea Analitica dell'arte moderna</b> - Filiberto Menna - Einaudi editore</li> <li>• <b>Il manuale del Graphic design - progettazione e produzione</b> - Gavin Ambrose, Paul Harris - Zanichelli editore</li> <li>• <b>Da cosa nasce cosa. Appunti per una metodologia progettuale</b> - Bruno Munari - edizioni Laterza</li> <li>• <b>Brand identikit. Trasformare un marchio in una marca</b> - Gaetano Grizzanti - Fausto Lupetti Editore</li> <li>• Cataloghi, libri, e pubblicazioni di varia natura.</li> </ul> |
| <p>MODALITA' DI<br/>SVOLGIMENTO<br/>DELL'ESAME (indicare se,<br/>ad esempio, sia necessario<br/>preparare degli elaborati<br/>specifici per il superamento<br/>dell'esame)</p> | <p>Il corso prevede che all'esame, per ogni progetto, vengano consegnati i file di lavoro, i files di stampa con tutti i segni di stampa e gli elaborati stampati.</p>   |
| <p>LINGUA DI<br/>INSEGNAMENTO</p>  | <p>Italiano</p>  |



|  |                       |
|--|-----------------------|
| NAME OF THE COURSE   | <b>GRAPHIC DESIGN</b> |
| TYPE   | Mandatory             |
| CYCLE  | First                 |
| YEAR OF STUDY WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED (IF APPLICABLE)      | 2025/2026             |
| SEMESTER/TRIMESTER WHEN THE COMPONENT IS DELIVERED                 | Annual                |
| NUMBER OF ECTS CREDITS ALLOCATED                                   | 10                    |
| NAME OF LECTURER(S)  | Diego Ruggeri         |
| LEARNING OUTCOMES  |                       |
| MODE OF DELIVERY (FACE-TO-FACE/DISTANCE LEARNING ETC.)             | Face-to-face          |
| PREREQUISITES AND CO-REQUISITES (IF APPLICABLE)                    | /                     |
| COURSE CONTENT   |                       |
| RECOMMENDED OR REQUIRED READING AND OTHER LEARNING RESOURCES/TOOLS |                       |
| ASSESSMENT METHODS AND CRITERIA                                    |                       |
| LANGUAGE OF INSTRUCTION  | Italian               |



|  |   |
|--|---|
| <p>BRIEF DESCRIPTION OF THE AIMS/OBJECTIVES OF THE COURSE</p>                | <p><b>From Paper to Bits and Artificial Intelligence: Expanded Horizons</b><br/>         From paper to bits: it is not possible to envisage the future without solid foundations. The process of dematerialisation enabled by new technologies guides the cultural framework of the course, enriched by the integration of Artificial Intelligence (AI) as an empowering extension of the creative and production process.</p> <p>It must be clear that the absence of physicality does not imply the absence of content. Content must be acquired and conveyed with competence, also through the use of AI tools for optimisation.</p> <p>The course programme provides students with practical competences necessary for the development of integrated communication projects: graphic design projects, corporate identity systems, complex editorial projects, photographic sets, while managing and exploiting generative and predictive AI tools. The course is grounded in the synergy between visual culture, creativity, advanced technology (including AI), and knowledge of relevant markets.</p> <p><b>The Role of the Graphic Multimedia Designer in the Age of AI</b><br/>         The graphic multimedia designer is responsible for the visual and graphic design of multimedia communication and acts as a bridge between the creative idea and its technological implementation.</p> <p>Today, becoming a graphic multimedia designer does not simply mean mastering traditional software, but also being capable of orchestrating ecosystems of tools, including Artificial Intelligence engines.</p> <p>This professional translates complex messages into visual and creative forms, establishing an effective level of interaction with audiences, and assumes the following key responsibilities:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Augmented Creative Direction:</b> Guiding the aesthetic and functional vision of a project, using AI to accelerate prototyping and ideation phases, transforming prompts into coherent, high-quality visual outcomes.</li> <li>• <b>Management of Hybrid Workflows:</b> Seamlessly integrating AI-generated content with manual intervention and human refinement, ensuring originality and intellectual property integrity of the final product.</li> <li>• <b>Visual Information Architecture:</b> Organising and presenting data and content clearly and intuitively through interfaces, animations, and complex design systems.</li> <li>• <b>Impact Assessment:</b> Analysing, often with the support of predictive AI tools, the effectiveness of messages within target markets and rapidly adapting communication strategies accordingly.</li> </ul> <p><b>In summary, the designer acts as a strategic curator who leverages AI not merely as a production tool, but as a genuine co-pilot for ideation, communicative effectiveness, and project scalability.</b></p> |
| <p>MODE OF DELIVERY<br/>(indicate: face-to-face or by distance learning)</p> | <p>Face-to-face</p>   |
| <p>PREREQUISITES</p>   | <p>/</p>  |



|                       |  |
|-----------------------|--|
| <p>COURSE CONTENT</p> | <p>The course is structured through theoretical and practical modules, exploring the roots of visual design and projecting them towards new frontiers offered by Artificial Intelligence, conceived <b>as an extension of creativity and an accelerator of production.</b></p> <p><b>I. Introduction, Foundations and Development of the Visual Sign</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Introduction and presentation of the course:</b> structure, objectives and methodology. Integration of AI into design workflows as a tool for ideation and prototyping.</li> <li>• <b>Review of prior materials</b> developed during secondary education or related disciplines.</li> <li>• <b>Presentation of selected works</b> produced by LABA students as benchmarks of excellence.</li> <li>• <b>Introduction to Graphic Design:</b> history, fundamental principles, and the role of the designer in the digital and augmented era.</li> <li>• <b>From Naturalism to Abstraction:</b> the sign and visual synthesis. Schematic representation of reality: the pictogram.</li> </ul> <p><b>II. The Pictogram: Synthesis, Style and Reproducibility</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Analysis of pictograms:</b> in-depth study of forms, styles and systemic coherence in signage and communication systems.</li> <li>• <b>Design of pictograms:</b> selection of theme and brief. Visual synthesis exercises developed through manual approaches.</li> <li>• <b>Development of proposals using</b> both traditional methods and generative AI tools (e.g. text-to-image) to explore rapid and unconventional variations.</li> <li>• <b>Definition of style and systems</b> ensuring unity and reproducibility across different environments.</li> <li>• <b>Evaluation and refinement:</b> collective review of drafts and technical improvement. Discussion on ethics and originality in AI co-created content.</li> <li>• <b>Constrained exercise:</b> development of pictograms under specific stylistic constraints (line, solid form, geometric shape).</li> </ul> <p><b>III. The Ideogram and the Brand: Concept and Identity</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• The sign as expression of a concept (ideogram): analysis of conceptual power in visual signs.</li> <li>• <b>Case studies of brands as ideograms</b> (symbol-based identities).</li> <li>• <b>Ideogram design:</b> theme selection and brief. Sketching and manual brainstorming exercises.</li> <li>• Development and refinement of ideograms:             <ul style="list-style-type: none"> <li>• Collective evaluation and technical refinement.</li> <li>• Digital vector development in Adobe Illustrator and optimisation, accompanied by AI-assisted experimentation for chromatic and formal variation.</li> </ul> </li> <li>• <b>The brand and logotype:</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Historical overview and evolution of trademarks in the twentieth century.</li> <li>• Analysis of well-known brands.</li> <li>• Theme selection and brief development.</li> </ul> </li> </ul> |
|-----------------------|--|



- Contemporary branding: trends, evolutions, and the impact of AI on branding innovation.
- Analysis of developed concepts, including those enhanced through AI exploration.

#### **IV. Corporate Identity and Applications**

- **Corporate identity:** use of the brand and related applications.
- **The corporate identity manual:** definition of rules governing logo usage, visual identity and coordinated image. Precise guidelines concerning formats, colours (including AI-based colour palette generators), typography, visual hierarchies and coherence.
- **Analysis of existing corporate identity manuals.**
- **Applications:** implementation of selected brands across stationery and various corporate communication media, using templates and AI-assisted asset management systems.
- **Coherence verification:** practical exercise in implementation and visual consistency control.

#### **V. Editorial Project – The Artist’s Book**

- **The editorial project:** the artist’s book.
  - Introduction and definition of typical project phases.
  - Analysis of notable editorial projects.
- **Definition of theme and editorial framework:** conceptual and technical specifications.
- **Development of the creative concept:** use of AI for rapid moodboard generation, iconographic suggestions and structural proposals.
- **Development of spreads:** iconographic and layout experimentation.
- **Preparation of print-ready files:** optimisation of pre-press and proofing processes.
- **Technical analysis:** examination of printed materials produced through digital and offset printing technologies, including special finishing processes.
- **Printing of the final project** using digital technologies.



|  |   |
|--|---|
| <p>RECOMMENDED BIBLIOGRAPHY</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jan Tschichold, <b>The Form of the Book</b>. Ronzani Editore.</li> <li>• Filiberto Menna, <b>The Analytical Line of Modern Art</b>. Einaudi.</li> <li>• Gavin Ambrose and Paul Harris, <b>The Graphic Design Handbook: Planning and Production</b>. Zanichelli.</li> <li>• Bruno Munari, <b>From Things Are Born: Notes for a Design Methodology</b>. Laterza.</li> <li>• Gaetano Grizzanti, <b>Brand Identikit: Transforming a Trademark into a Brand</b>. Fausto Lupetti Editore.</li> <li>• Catalogues, books and various publications relevant to the discipline.</li> </ul> |
| <p>ASSESSMENT METHODS<br/>(indicate whether, for example, the preparation of specific coursework is required in order to pass the examination)</p> | <p>For each project, students are required to submit:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Working files;</li> <li>• Print-ready files including all printing marks;</li> <li>• Final printed outputs.</li> </ul> <p>Assessment will consider conceptual coherence, technical accuracy, originality, and the appropriate integration of AI tools within the design process.</p>   |
| <p>LANGUAGE OF INSTRUCTION</p>   | <p>Italian</p>  |

