

# SID. Scuola Italiana Design Dipartimento di Disegno Industriale

## Documento sintesi obiettivi Corso

---

**Anno Accademico:**2024/2025

**Materia** (nome): Progettazione Grafica dell'Immagine-2

**Docente:** Francesca Perpetuini

**Descrizione del corso:**

“Progettazione Grafica dell’Immagine-2”

Il corso di studi di Progettazione Grafica dell’Immagine-2 propone i seguenti obiettivi principali:

- dimostrare quale ruolo svolge la significazione nella progettazione e quali sono gli ingranaggi metodologici da smontare, per capire come funziona la comunicazione al fine di progettare nuove interazioni.
- applicare i principi semiotici al visual design nella fase progettuale del Re-Branding.
- applicare le teoria di progettazione grafica al fine di soddisfare le richieste del Brief dell’azienda IDD-Industria del Design

Il corso si svolge in due modalità.

La prima modalità è dedicata all’introduzione delle principali nozioni di grammatica semiotica visiva e della metodologia di significazione che, accompagnate da esempi selezionati e verticali sul contesto progettuale in cui gli studenti sono chiamati ad operare con le indicazioni di briefing, hanno l’obiettivo di sviluppare la capacità degli studenti di svolgere autonomamente l’analisi dei processi di significazione di una forma, di un prodotto, e di un sistema. Parte della prima modalità di svolgimento del corso è l’approfondimento sulle diverse tecniche e metodologie comunicative, con l’obiettivo di focalizzare le capacità di analisi semiotica, e di nel contesto progettuale del Brief di in cui gli studenti sono chiamati ad operare.

La seconda modalità è dedicata all’applicazione delle nozioni precedentemente illustrate e alla preparazione dell’elaborato finale per la prova di esame: gli studenti verranno coinvolti in una serie di esercizi interdipendenti che hanno l’obiettivo individuare ed esplorare delle possibili direzioni progettuali, attraverso l’analisi e l’applicazione dei concetti teorici. Dalle Direzioni Progettuali l’obiettivo è portare a compimento la progettazione del Re-Branding richiesto dal Brief per l’azienda IDD-Industria del Design.

**Lista degli argomenti trattati:**

Gli argomenti che seguono verranno trattati da un punto di vista teorico (T.) e un punto di vista rogettuale (M.) .

- Morfologia del Visual Design

T. come nasce una forma.

M. le forme di uno spazio o layout visivo.

- Analisi tipologica degli spazi Visivi

T. lettura della tipologia come forma archetipa

M. elementi stabili e variabili di una tipologia di layout visivo individuata

- Caratteri culturali e influenza nella percezione del Visual Design

T. Le funzioni variabili nei contesti culturali e il design come processo di uniformazione funzionale

M. Come i contesti di produzione e uso influenzano il layout visivo e la forma dello spazio.

- Caratteri espressivo-sensoriali: tradurre i sensi in forme

T. Analisi delle caratteristiche sensoriali reali o percepite e delle qualità estetiche.

M. Come la luce, il colore, la tattilità, gli odori possano costituire l'identità di uno spazio o layout visivo.

- Ciclo di vita dell'oggetto: layout dinamici

T. Rigenerare il senso ridisegnando i confini di una forma preesistente.

M. Progettare sistemi visivi partendo da forme preesistenti, rigenerando il loro significato e utilizzo in un contesto di spaziale o di layout visivo.

- Contesto e rapporto con altri oggetti: adattabilità e coerenza

T. Analisi delle relazioni che intercorrono tra manufatti complementari che popolano uno stesso layout.

M. La gestualità, l'ergonomia d'uso, l'uso proprio e improprio di uno spazio o di un layout visivo.

**Obiettivi formativi specifici del corso:**

*(Inserire qui gli obiettivi ed il presunto grado di preparazione degli studenti da raggiungere alla fine del corso)*

- acquisire le nozioni grammaticali di base dei seguenti argomenti: semiotica applicata al visual design; le tecniche e linguaggi della comunicazione; progettazione grafica di un'Identità valoriate e visiva.

- sviluppare la capacità degli studenti di svolgere autonomamente l'analisi dei processi di significazione di una forma, di un prodotto visivo, e di un sistema.

- focalizzare le capacità di analisi semiotica, nel contesto progettuale di Briefing in cui gli studenti sono chiamati ad operare: Re-branding per IDD-Industria Del Design.

—  
—

### **Modalità di erogazione della didattica:**

*(Lezioni frontali, esercitazioni pratiche, progetti, workshop, ...)*

Tutte le lezioni del corso sono frontali. Il corso si svolge in due modalità.

La prima modalità è dedicata all'introduzione delle principali nozioni di grammatica semiotica visiva e della metodologia di significazione che, accompagnate da esempi selezionati e verticali sul contesto progettuale in cui gli studenti sono chiamati ad operare con le indicazioni di briefing, hanno l'obiettivo di sviluppare la capacità degli studenti di svolgere autonomamente l'analisi dei processi di significazione di una forma, di un prodotto, e di un sistema. Parte della prima modalità di svolgimento del corso è l'approfondimento sulle diverse tecniche e metodologie comunicative, con l'obiettivo di focalizzare le capacità di analisi semiotica, e di nel contesto progettuale del Brief di in cui gli studenti sono chiamati ad operare.

La seconda modalità è dedicata all'applicazione delle nozioni precedentemente illustrate e alla preparazione dell'elaborato finale per la prova di esame: gli studenti verranno coinvolti in una serie di esercizi interdipendenti che hanno l'obiettivo individuare ed esplorare delle possibili direzioni progettuali, attraverso l'analisi e l'applicazione dei concetti teorici. Dalle Direzioni Progettuali l'obiettivo è portare a compimento la progettazione del Re-Branding richiesto dal Brief per l'azienda IDD-Industria del Design.

Ne consegue che la struttura di ogni lezione sarà riflesso delle modalità didattiche sopraelencate: la lezione sarà divisa in due parti.

Nella prima, di natura teorica, verranno introdotti i principi della progettazione grafica.

Nella seconda, di natura pratica, verranno applicati i principi teorici in esercitazioni di natura progettuale che hanno l'obiettivo di ispirare, stimolare, e indirizzare lo studente nella fase progettuale che dovrà soddisfare gli obiettivi del Brief.

---

### **Modalità d'esame/valutazione:**

*(metodo di valutazione del grado di preparazione degli studenti – esame scritto, valutazione prove pratiche, ...)*

L'esame consisterà nella presentazione degli elaborati finali i.e. del progetto di ReBranding per IDD-Industria Del Design.

Ogni studente presenterà in un formato digitale a propria scelta, i risultati dell'analisi svolta durante il corso e la loro applicazione nella fase di progetto, enfatizzando in particolare il processo di analisi progettuale che si è rivelato utile ai fini della progettazione, in linea con il brief assegnato dall'azienda.

---

**Bibliografia fondamentale e bibliografia consigliata:**

-Linguaggi del consumo. Segni, Luoghi, Pratiche, Identità

*Marianna Boero. Aracne 2017*

-*Identità visive. Waterman, Apple, Ibm, Chanel, Ikea e altri casi di marca.*

*Jean-Marie Floch. Franco Angeli, 2016*

-*L'opera d'arte nell'epoca della sua riproducibilità tecnica.*

*Walter Benjamin. Einaudi, 2000*

-*Capitalismo & Candy Crush*

*Alle Brown. Nero, 2019*

-*Interregno. Iconografe del XXI Secolo.*

*Mattia Salvia. Nero, 2022*

-*Figure. Come funzionano le immagini dal Rinascimento a Instagram.*

*Riccardo Falcinelli. Einaudi, 2020*

-*Critica portatile al visual design. Da Gutenberg ai social network.*

*Riccardo Falcinelli. Einaudi, 2014*

-*Cromorama. Come il colore ha cambiato il nostro sguardo.*

*Riccardo Falcinelli. Einaudi, 2017*

-*Per qualcuno può essere lo spazio.*

*Ettore Sottsass. Piccola Biblioteca Adelphi, 2017*

-*Da cosa nasce cosa.*

*Bruno Munari. Laterza, 2017*

-*"e Politics of Design: A (Not So) Global Design Manual for Visual Communication*

*Ruben Pater. BIS Publishers B.V., 2016*

-*"e Medium is the Massage.*

*Marshall McLuhan, Quentin Fiore, Jerome*

*Agel. Gingko Press, 2001*

-*"e Age of Earthquakes: A Guide to the Extreme Present.*

*Shumon Basar, Douglas Coupland, Hans Ulrich*

*Obrist. Penguin Books Ltd, 2015*

-*"e Extreme Self: Welcome to Age of You.*

*Shumon Basar, Douglas Coupland, Hans Ulrich*

*Obrist. Penguin Books Ltd, 2021*

-*Che sbaglio! Come trasformare i fallimenti in successi mandando tutto all'aria.*

*Erik Kessels. Phaidon*

**Data e Firma Docente:**

12/09/2024

