

—Syllabus

Dipartimento di Progettazione e arti applicate
DASL06—
Diploma Accademico di Secondo Livello in Fashion Design
Scuola di Progettazione artistica per l'impresa

Art Direction

Codice ABTEC37 — 100 ore 8 CFA

a.a. 2023–2024

Professore Chiara D'Aleo

Titolare di ruolo di Metodologia progettuale della comunicazione visiva (ABTEC37)
Posta elettronica istituzionale (PEO): chiaradaleo@abacatania.it
Orario di ricevimento (previa prenotazione tramite PEO): martedì 12.00/14.00
Codice Team ricevimento: xsyuaxd
Sede: Via Franchetti

—Obiettivi formativi

L'industria della moda dominata dall'artigianalità sta subendo radicali trasformazioni, un'accelerazione dei processi di digitalizzazione ed il conseguente aumento del numero di fruitori di questi media: nuovi canali, nuove modalità di acquisto, processi produttivi innovativi, l'ingresso dell'Intelligenza Artificiale nel settore e consumatori sempre più interattivi.

Con la rivoluzione digitale si è assistito a un ribaltamento delle strategie comunicative dei settori Fashion e Luxury.

In un'industria che oggi fa affidamento su immagini potenti per raccontare una storia e formare una connessione emotiva, il ruolo di un Art Director detiene un potere significativo per dare vita e controllare la visione creativa di un progetto: dalla scelta delle immagini agli aspetti visivi di una campagna, dall'ideazione all'esecuzione di un'adeguata comunicazione visiva, supportando e agevolando la narrazione di marca.

Una figura creativa multidisciplinare che pianifica, supervisiona artwork, fotografie, campagne pubblicitarie e grafiche per fare in modo che le immagini siano in linea con i contenuti testuali, creando visual concept e coordinandosi con figure complementari come editor, copywriter e photo editor.

Un ruolo visionario in grado di comprendere e immergersi nel brand, per produrre immagini, prodotti e supporti grafici capaci di incontrare le richieste delle più diverse committenze, adottando strategie di green marketing efficienti, anche in risposta alla crescente sensibilità per il problema, nella consapevolezza che il cambiamento verso la sostenibilità sia condizione necessaria della civiltà dei consumi.

E' quindi indispensabile per lo studente sviluppare conoscenze e competenze grafiche (segni, forme, colori, immagini, caratteri tipografici, layout, concept e identità visive) che gli permettano di concettualizzare, sviluppare e progettare, attraverso un confronto con saperi, professioni, contesti, committenti e fornitori sempre diversi.

L'obiettivo del corso è offrire una visione aggiornata alle esigenze della realtà professionale attuale fornendo gli strumenti necessari in grado di valorizzare i propri elaborati mediante un'unità identitaria per diversi supporti, curando ogni fase del progetto, sia in digitale che in formato cartaceo.

Alla formazione didattica con lezioni frontali si aggiungono attività pratico-progettuali da realizzarsi in gruppo per sviluppare capacità gestionali e relazionali, in modo da offrire agli studenti un'esperienza professionale a 360 °.

—Modalità di svolgimento dell'insegnamento

Come da Palinsesto di I e II semestre a.a. 2023–24

—Esercitazioni e revisioni

Sono previste revisioni intermedie oggetto di valutazione al fine del conseguimento della materia. Le verifiche progressive (settimanali) testeranno la partecipazione e l'attenzione al corso.

—Elaborato finale

Per il conseguimento della materia è prevista la realizzazione di un book creativo contenente tutti gli elaborati svolti durante il corso, da consegnare contestualmente all'esame. Le caratteristiche dell'elaborato saranno concordate durante il corso.

—Modalità esame

Esame orale su due dei testi di riferimento obbligatori e i contenuti illustrati a lezione. La valutazione comprenderà anche le verifiche intermedie e l'elaborato finale.

—Prerequisiti richiesti

Si richiede computer portatile personale e conoscenza delle principali applicazioni Adobe Creative Cloud: Photoshop, Illustrator, InDesign.

—Frequenza lezioni

La frequenza è obbligatoria, non inferiore all'80% della totalità della didattica frontale come previsto da palinsesto, con esclusione dello studio individuale come da Art.10 del DPR n. 212 del 8 luglio 2005.

—Contenuti e programmazione del corso

1. Presentazione del corso. Analisi e consegna materiale didattico. Analisi di alcuni casi studio. Formazione gruppi.	5. Fashion trend analysis. Target, contesto, narrazione, moodboard. Dai primi visuals al lavoro finale: dare forma al concept creativo traducendolo in immagini e linguaggi.
2. Il ruolo e gli strumenti dell'Art Director.	6. Corporate e brand identity. Supporti grafici online e offline.
3. La metodologia progettuale e il brainstorming. Elementi e regole di base per una direzione creativa efficace.	7. Colori e tipografia: tendenze, aspetti, abbinamenti. Due elementi fondamentali per evocare valori, messaggi ed emozioni.
4. Creare un'identità e definire la regia della comunicazione aziendale nei settori creativi della moda, miscelando informazioni ed emozioni.	8. Il marchio - gestione e approcci. Brand process. Supporti e risorse per creare un brand book. Approfondimenti e focus sui progetti.

—Testi di riferimento obbligatori

- M. Diotto, *Creatività e design della comunicazione. Le professionalità di un art director*, libreriauniversitaria.it edizioni, 2017
- G. Simmel, *La moda*, Feltrinelli, 2020.
- V. Codeluppi, *Chanel. Identità di marca e pubblicità*, Franco Angeli, 2021.
- R. Falcinelli, *Critica portatile al visual design*, Einaudi, 2014.
- R. Falcinelli, *Cromorama*, Einaudi, 2017.
- B. Munari, *Design e comunicazione visiva. Contributo a una metodologia didattica*, Laterza, 2017.

—Testi di approfondimento consigliati

- A. Wheeler, *Designing Brand Identity: An Essential Guide for the Whole Branding Team*, John Wiley & Sons Inc, 2017.
- G. Ambrose, P. Harris, *Il manuale del graphic design. Progettazione e produzione*, Zanichelli, 2017.
- S. Godin, *La mucca viola. Farsi notare (e fare fortuna) in un mondo tutto marrone*, Roi Edizioni, 2015.

—Strumenti per studenti con disabilità e/o DSA

Gli studenti con disabilità e/o DSA (Disturbi Specifici dell'Apprendimento) sono supportati da professori e da tutor didattici (se assegnati) attraverso la consulenza con il CInAP (Centro per l'integrazione Attiva e Partecipata). Gli studenti possono, mediante PEO (e-mail istituzionale) o eventualmente anche attraverso i tutor, chiedere al professore del corso un colloquio in modo da concordare obiettivi didattici ed eventuali strumenti compensativi e/o dispensativi, in base alle specifiche esigenze. Tale colloquio sarebbe opportuno che avvenisse prima dell'avvio delle lezioni e comunque non oltre la prima settimana di corso. Per rivolgersi direttamente al CInAP è possibile utilizzare la mail istituzionale cinap@abacatania.it

—Nota di trasparenza

Il seguente Syllabus è l'unico documento a cui gli studenti possono fare riferimento per la fruizione e il conseguimento della disciplina nell'a.a. in oggetto, non saranno pubblicati né presi in considerazione altri programmi didattici. Le informazioni inserite nel presente documento, con particolare attenzione alle caratteristiche delle esercitazioni intermedie, degli elaborati finali e dei testi di riferimento obbligatori, non potranno essere modificate dopo l'avvio della disciplina in oggetto. Tutto ciò che non è specificatamente descritto in questo Syllabus e/o effettivamente svolto a lezione non potrà essere chiesto in fase di esame.

— Profilo professore

— Profilo biografico

Nasce nel 1980 ad Asti e si trasferisce a Milano dove studia Industrial Design allo IED diplomandosi, nel 2003, con un progetto di tesi selezionato per il Premio Compasso d'Oro ADI - 20° Edizione sezione giovani.

Collabora con alcuni studi di design, grafica e comunicazione tra Milano e Barcellona e dal 2005 al 2007 lavora presso il dipartimento Allestimenti e Progetti Speciali di Cassina, azienda leader nel settore del mobile e complemento d'arredo. Nel 2008 inizia la libera professione disegnando mobili, complementi d'arredo e accessori per la tavola per alcuni marchi italiani e collabora con importanti brand internazionali della Beauty Industry come Chanel, Dior, L'Oréal, Unilever, Estée Lauder, LVMH, P&G allo sviluppo di prodotti innovativi e sostenibili.

Ha un approccio visionario e multidisciplinare al product e graphic design, interior styling, comunicazione visiva, allestimenti scenografici, consulenze di stile e previsione di tendenze.

Ha insegnato allo IED di Milano come assistente al corso di Product Design per i progetti di tesi e collaborato ai Workshop di LED Design. Tra il 2016 e il 2022 ha insegnato Metodologia Progettuale della Comunicazione Visiva come professore a contratto presso l'Accademia Albertina di Belle Arti di Torino e Packaging presso l'Accademia di Belle Arti di Macerata.