

## PROGRAMMA DEL CORSO DI TECNICHE E METODI DI RAPPRESENTAZIONE DEL PROGETTO

### SETTORE SCIENTIFICO

ING-IND/15

### CFU

6

### OBIETTIVI

Il corso ha la prerogativa di fornire un'adeguata metodologia per la rappresentazione e comunicazione del progetto, indipendentemente dalla sua tipologia, sia esso di design del prodotto, di fashion design, di design della comunicazione, ecc. L'approccio è centrato sulla pianificazione della strategia comunicativa più opportuna affinché il progetto possa risultare efficace ed auto-esplicativo, cercando di esaltarne le caratteristiche peculiari, integrando le varie tecniche e considerando i vari output possibili nei vari media.

### RISULTATI DI APPRENDIMENTO ATTESI

#### Conoscenza e capacità di comprensione

Comunicare e rappresentare il progetto vuol dire anzitutto comprenderne meglio le potenzialità, i limiti, i punti di forza e debolezza, le sue logiche, il suo impatto all'interno dello scenario contemporaneo, la sua forma e materiali, i key-facts. Lo studente dovrà quindi acquisire innanzitutto una capacità critica adeguata, una buona capacità di ricerca e acquisizione di modelli di rappresentazione e comunicazione, un'attitudine all'analisi e alla narrazione visiva e testuale.

#### Capacità di applicare conoscenza e comprensione

Attraverso le video-lezioni lo studente apprenderà una serie di nozioni relative la ricerca dei modelli di comunicazione, l'identificazione della strategia e dei prodotti per la rappresentazione del progetto, la codificazione di un linguaggio visivo univoco e identitario, la scelta della narrazione e dei media. Si passerà dalla scelta di un concept di comunicazione e di uno storyboard per i vari prodotti, fino alla composizione e impaginazione dei vari elementi.

#### Autonomia di giudizio

Lo studente al termine del corso dovrà essere pienamente in grado di osservare l'efficacia comunicativa del

prodotto al destinatario finale, data dalla rappresentazione del progetto. Dovrà altresì essere capace autonomamente di ripercorrere il percorso metodologico, controllando le scelte nella varie fasi. Rappresentare e comunicare un progetto è esso stesso progetto.

### **Abilità comunicative**

Attraverso le lezioni lo studente acquisirà un lessico proprio del design della comunicazione legato al prodotto e al fashion, che gli consentirà di focalizzare e sostenere il percorso di ricerca e trasformarlo nell'individuazione del concept di rappresentazione e poi nello storytelling finale.

### **Capacità di apprendimento**

Lo studente dovrà approfondire gli argomenti trattati con proprie analisi, ricerche e sperimentazioni in modo da allenare in maniera sempre più precisa la propria attitudine alla rappresentazione e narrazione del progetto, fino alla codifica di un proprio metodo di comunicazione.

## **MODALITÀ DI RACCORDO CON ALTRI INSEGNAMENTI (INDICARE LE MODALITÀ E GLI INSEGNAMENTI CON I QUALI SARÀ NECESSARIO RACCORDARSI)**

Il corso si potrà raccordare con i corsi di Design del prodotto, attraverso la rappresentazione e comunicazione di progetti di Design elaborati nel suddetto corso. Inoltre potrà essere messo in relazione con la materia Informatica per il Design, poiché l'utilizzo dei software esplorati nella citata materia, potrà essere utile, anzi indispensabile alla rappresentazione del progetto, soprattutto considerandone gli aspetti innovativi.

## **AGENDA**

L'esame può essere sostenuto sia in forma scritta che in forma orale. Gli appelli orali sono previsti nella sola sede centrale di Roma. Gli esami scritti, invece, possono essere sostenuti sia nelle sede centrale che nelle sedi periferiche.

L'esame orale consiste in un colloquio nel corso del quale il docente formula di solito tre domande. L'esame scritto consiste nello svolgimento di un test con 31 domande. Per ogni domanda lo studente deve scegliere una di 4 possibili risposte. Solo una risposta è corretta. Sia le domande orali che le domande scritte sono formulate per valutare sia il grado di comprensione delle nozioni teoriche sia la capacità di ragionare utilizzando tali nozioni.

Le domande sulle nozioni teoriche consentiranno di valutare il livello di comprensione. Le domande che richiedono l'elaborazione di un ragionamento consentiranno di valutare il livello di competenza e l'autonomia di giudizio maturati dallo studente. Le abilità di comunicazione e la capacità di apprendimento saranno valutate attraverso le interazioni dirette tra docente e studente che avranno luogo durante la fruizione del corso (videoconferenze ed elaborati proposti dal docente).

### **Modalità di iscrizione e di gestione dei rapporti con gli studenti**

L'iscrizione ed i rapporti con gli studenti sono gestiti mediante la piattaforma informatica che permette l'iscrizione ai corsi, la fruizione delle lezioni, la partecipazione a forum e tutoraggi, il download del materiale didattico e la comunicazione con il docente. Un tutor assisterà gli studenti nello svolgimento di queste attività.

### **Attività di didattica erogativa (DE)**

- 36 Videolezioni + 36 test autovalutazione; Impegno totale stimato: 36 ore

### **Attività di didattica interattiva (DI)**

- Revisione elaborati intermedi;
- Redazione e verifica degli elaborati intermedi;
- Partecipazione a web conference;
- Revisioni elaborati finali.

Totale: 6 ore

### **Attività di autoapprendimento**

- 108 ore per lo studio individuale

### **Libro di riferimento**

Testi suggeriti:

- B.Munari, Design e comunicazione visiva; ed. Laterza;
- B.Munari, Fantasia; ed. Laterza;
- B.Munari, Good Design; ed. Corraini;
- Riccardo Falcinelli, Critica portatile al visual design; ed Einaudi "Stile Libero";
- J.Maeda, Le leggi della semplicità; ed. Mondadori;
- A.Frutiger, Segni e Simboli; Stampa alternativa e Graffiti;
- D'Arcy Thompson, Crescita e Forma; ed. Universale Bollati Boringhieri;
- J.Chevalier, A.Gheerbrant, Dizionario dei simboli; ed. Bur Rizzoli;
- G. Di Napoli, I principi della forma, ed. Piccola Biblioteca Einaudi;
- D. Baroni, M.Vitta, Storia del design grafico, ed. Longanesi;
- S. Rendgen, P. Ciuccarelli, R. S. Wurman, and S. Rogers, Information Graphics, ed. Tschen
- Timothy Samara, Elementi di grafica, Logos 2009
- Mariuccia Teroni, Manuale di grafica e stampa, Apogeo 2009
- Riccardo Falcinelli, Guardare Pensare Progettare, Stampa Alternativa & Graffiti 2011
- Gavin Ambrose-Paul Harris, Packaging the Brand: The Relationship Between Packaging Design and Brand, AVA publishing

## **PROGRAMMA DIDATTICO**

1. Introduzione "tutto è progetto"
2. Raccontare la genesi del progetto

3. Metodologia della rappresentazione del progetto
4. Scegliere la giusta strategia - i prodotti e output
5. Case studies
6. Modalità di comunicazione: la presentazione digitale
7. Modalità di comunicazione: la brochure
8. Modalità di comunicazione: il poster
9. Modalità di comunicazione: il video
10. Integrazione delle tecniche di rappresentazione: il rendering foto realistico
11. Integrazione delle tecniche di rappresentazione: il rendering disegnato
12. Integrazione delle tecniche di rappresentazione: la fotografia
13. Integrazione delle tecniche di rappresentazione: il disegno vettoriale
14. Fondamenti di Indesign - intro
15. Fondamenti di Indesign - strumenti
16. Fondamenti di Indesign - gabbie e guide
17. Fondamenti di Indesign - colori
18. Fondamenti di Indesign - caratteri
19. Fondamenti di Indesign - immagini
20. Fondamenti di Indesign - visualizzazioni
21. Fondamenti di Indesign - allineamenti
22. Fondamenti di Indesign - livelli
23. Fondamenti di Indesign - esportazione file
24. Scrittura del testo di presentazione di un progetto: naming e sottotitolo
25. Scrittura del testo di presentazione di un progetto: testo descrittivo
26. Creazione di una gabbia d'impaginazione per la comunicazione del progetto
27. Gestione di una gabbia d'impaginazione per la comunicazione del progetto
28. Scelta dei caratteri tipografici per la comunicazione del progetto
29. Gestione degli elementi tipografici per la comunicazione del progetto
30. Scelta dei colori
31. Gestione dei colori
32. Ricerca iconografica e scelta delle immagini (1)

33. Ricerca iconografica e scelta delle immagini (2)
34. Info-visualization per la rappresentazione del progetto (1)
35. Info-visualization per la rappresentazione del progetto (2)
36. Sintesi finale per la rappresentazione del progetto