



SAPIENZA  
UNIVERSITÀ DI ROMA

# Design, Comunicazione Visiva e Multimediale - Design, Multimedia and Visual Communication (2024)

## Il corso

Codice corso: 31822

Classe di laurea: LM-12

Durata: 2 anni

Lingua: ITA, ENG

Modalità di erogazione:

Dipartimento: PIANIFICAZIONE, DESIGN, TECNOLOGIA DELL'ARCHITETTURA

## Presentazione

Il percorso formativo strutturato nei due anni di corso, integra conoscenze teoriche e attività pratiche e laboratoriali nei campi del graphic e del visual design, dell'information design, del video e multimedia design, delle performing arts e dell'exhibit design. Nel 1° anno gli studenti acquisiranno conoscenze e competenze riguardanti: - le caratteristiche storico-sociali che hanno portato alla definizione e all'evoluzione delle diverse arti grafiche, elettroniche e digitali sostenute anche dal punto di vista semiotico; - i caratteri storico e sociali riferiti ai temi complessi della Tipografia e della Grafica editoriale, cogliendone le implicazioni strategiche relative a modelli di comunicazione integrata; - i caratteri storico e sociali riferiti ai temi complessi della grafica di pubblica utilità, cogliendone le implicazioni strategiche relative a modelli di comunicazione integrata; - la pianificazione e la gestione delle attività di comunicazione delle organizzazioni pubbliche e private; - le tecniche di programmazione e di rappresentazione assistita dal computer fino alla elaborazione di progetti di game design, interaction design e di immersive environment; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della grafica identitaria, editoriale e pubblicitaria anche attraverso l'uso di sistemi e modelli relativi allo storytelling; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito del design multimediale, con applicazioni nella progettazione di interfacce e del web, con particolare attenzione ai temi dell'interaction e del performing design; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali con progettazione di artefatti di carattere pubblico, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della scienza della comunicazione e delle arti visuali e dello spettacolo; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito del performing design, con applicazioni nella progettazione di spazi ed installazioni interattive e dinamiche, concepite sulla base dello studio dei comportamenti umani nello spazio; - conoscenze inerenti la lettura critica dell'immagine, in particolare di quella fotografica, a servizio della comunicazione tradizionale e multimediale. Nel 2° anno di corso gli studenti proseguiranno gli approfondimenti teorici e pratico/laboratoriali implementando la conoscenza di strategie progettuali comunicative in relazione all'uso avanzato di metodi, tecniche e strumenti mediali. Le competenze acquisite sono ulteriormente indirizzate verso una progettazione sperimentale rivolta ad aziende, ai new media, alle agenzie di comunicazione, alla comunicazione per organizzazioni pubbliche e private. Nel 2° anno gli studenti acquisiranno conoscenze e competenze riguardanti: - i caratteri storico, sociali e tecnici riferiti ai diversi linguaggi della rappresentazione, cogliendone le implicazioni strategiche relative a modelli di comunicazione integrata; - l'apprendimento dei processi e delle strategie di traduzione di dati complessi in infografiche e immagini semplici, utilizzando uno stile

grafico che renda l'acquisizione delle informazioni appetibile. - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di sistemi espositivi e dispositivi scenici prevalentemente pensati per lo spazio pubblico; - l'apprendimento delle teorie, dei processi e delle strategie pedagogiche indirizzate verso la conoscenza, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, con una forte integrazione delle nuove tecnologie VR e AR; - la conoscenza, lo sviluppo e l'elaborazione di metodologie didattiche integrate nella transizione digitale. Come ultima tappa del percorso formativo biennale è previsto che gli studenti acquisiscano "altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro", attraverso la partecipazione a corsi integrativi, seminari, workshop e stage, sia in Italia che all'estero. Per la definizione della percentuale delle ore/CFU da destinare all'attività di studio individuale si rimanda al Regolamento Didattico.

# Percorso formativo

## Design Comunicazione Visiva e Multimediale

### 1° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
10605329   LABORATORIO DI EDITORIA E TIPOGRAFIA	1°	9	ITA

#### Obiettivi formativi

##### EDITORIA E TIPOGRAFIA

OBIETTIVI SPECIFICI - Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito del Design Editoriale, con particolare attenzione alla progettazione di un carattere tipografico e all'utilizzo della tipografia in ambito editoriale. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici, tecnici e progettuali per la progettazione di un carattere tipografico e per l'analisi e l'elaborazione di progetti nell'ambito della Comunicazione Visiva. Il corso si propone, tramite un percorso teorico e pratico, di fornire agli studenti l'acquisizione delle conoscenze culturali, teoriche e tecniche atte a progettare e utilizzare propriamente lo strumento della tipografia, necessario per la concezione e la realizzazione di artefatti grafici in grado di coniugare la componente tradizionale con elementi contemporanei. Per raggiungere tali obiettivi, saranno fornite nozioni relative sia alla morfologia del carattere, sia alle nuove tecnologie applicate all'ingegnerizzazione delle font, quali variabili parametriche e applicazioni per il motion graphic. Al termine del modulo lo studente dovrà avere acquisito conoscenze teorico-metodologiche e pratiche che consentano la realizzazione di progetti di caratteri tipografici e di artefatti e sistemi di artefatti nell'ambito del Design Editoriale. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova d'esame e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

STORIA DEL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA	1°	3	ITA
---	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

##### STORIA DEL DESIGN DELLA COMUNICAZIONE VISIVA - OBIETTIVI SPECIFICI

Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito della Storia della Comunicazione Visiva. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici per individuare, comprendere e collocare temporalmente progetti nell'ambito della storia della grafica, e nello specifico caratteri tipografici, manifesti, riviste e copertine di libri, cogliendone i peculiari aspetti progettuali e produttivi. Il corso verterà quindi sugli artefatti progettati tra il 1890 e il 1990, con particolare attenzione alla produzione grafica e tipografica italiana. Tali case studies verranno analizzati in rapporto con il contesto in cui sono stati progettati e in base all'impatto che hanno avuto sulla società coeva. Oltre agli aspetti visivi degli artefatti, il corso si propone di affrontare le questioni tecnologiche legate alla produzione degli artefatti, e in particolare le tecniche di stampa, con l'obiettivo di far acquisire agli studenti le conoscenze utili al riconoscimento degli aspetti tecnici di un progetto. Durante il corso verranno inoltre fornite alcune indicazioni storiografiche, utili a comprendere i limiti che definiscono la disciplina e le innovazioni metodologiche scaturite dal dibattito avvenuto nell'ultimo decennio. Saranno infine affrontate le questioni relative allo studio delle fonti primarie e secondarie, con l'obiettivo di fornire agli studenti una prima introduzione alla ricerca storica. Tale obiettivo specifico sarà verificato attraverso la redazione di un testo scritto. La componente storico-critica verrà invece valutata attraverso una prova di esame che attesti la padronanza degli argomenti del corso.

EDITORIA E TIPOGRAFIA	1°	6	ITA
--------------------------	----	---	-----

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi****EDITORIA E TIPOGRAFIA**

**OBIETTIVI SPECIFICI** - Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito del Design Editoriale, con particolare attenzione alla progettazione di un carattere tipografico e all'utilizzo della tipografia in ambito editoriale. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici, tecnici e progettuali per la progettazione di un carattere tipografico e per l'analisi e l'elaborazione di progetti nell'ambito della Comunicazione Visiva. Il corso si propone, tramite un percorso teorico e pratico, di fornire agli studenti l'acquisizione delle conoscenze culturali, teoriche e tecniche atte a progettare e utilizzare propriamente lo strumento della tipografia, necessario per la concezione e la realizzazione di artefatti grafici in grado di coniugare la componente tradizionale con elementi contemporanei. Per raggiungere tali obiettivi, saranno fornite nozioni relative sia alla morfologia del carattere, sia alle nuove tecnologie applicate all'ingegnerizzazione delle font, quali variabili parametriche e applicazioni per il motion graphic. Al termine del modulo lo studente dovrà avere acquisito conoscenze teorico-metodologiche e pratiche che consentano la realizzazione di progetti di caratteri tipografici e di artefatti e sistemi di artefatti nell'ambito del Design Editoriale. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova d'esame e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

10596158 |

LABORATORIO DI  
LINGUAGGI GRAFICI

1°

9

ITA

**Obiettivi formativi**

Obiettivo formativo generale del LABORATORIO DI LINGUAGGI GRAFICI è quello di consentire agli studenti di acquisire le conoscenze teorico-critiche e le abilità specifiche per un corretto approccio alla produzione delle immagini per la formulazione di un progetto di comunicazione visiva.

A tale scopo le lezioni frontali e le esercitazioni hanno la medesima finalità: approfondire, anche esercitandole, alcune delle particolarità dei linguaggi grafico-visuali inquadrandoli nel contesto critico di alcune delle questioni centrali e problematiche alla base della cultura visuale contemporanea.

Al termine del corso, lo studente sarà in grado di utilizzare i linguaggi grafici per comunicare idee, immagini, dati, informazioni, concetti e progetti, inquadrandoli nel contesto storico-teorico di riferimento e sapendo selezionare gli strumenti, le tecniche, i metodi e le strategie più appropriate.

Per il raggiungimento degli obiettivi formativi il corso è articolato in lezioni frontali, seminari ed esercitazioni approntate in relazione ai diversi argomenti di natura teorica, metodologica, tecnica ed operativa.

In particolare il corso è caratterizzato dalla continua relazione e rispondenza tra il momento analitico-conoscitivo e quello sperimentale. Dunque anche la forte componente operativa e strumentale che lo caratterizza è sempre inquadrata alla luce delle principali questioni teoriche e del necessario approfondimento critico.

Tale approccio consente di accompagnare gli studenti nel processo di consolidamento e affinamento di quelle conoscenze e competenze nell'ambito della cultura visuale, anche con riferimento ai nuovi linguaggi visuali introdotti dai nuovi media e dalle più recenti tecnologie digitali.

In sede di esame la verifica dell'apprendimento sarà operata sull'insieme delle esercitazioni prodotte e sull'effettiva conoscenza e padronanza dei principali argomenti trattati e affrontati durante il corso.

LABORATORIO DI  
METODI E TECNICHE  
GRAFICHE

1°

3

ITA

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Obiettivo specifico del corso è quello di far acquisire agli studenti le conoscenze, competenze e abilità per l'esercizio critico delle differenti forme dei linguaggi grafici che concorrono alla formulazione di un progetto di comunicazione visiva.

In questo quadro gli argomenti trattati dal corso indagano, dal punto di vista teorico ed applicativo, le principali metodologie di rappresentazione che caratterizzano i linguaggi grafici contemporanei, a partire da uno studio approfondito delle arti visive tradizionali — quali l'arte pittorica, la fotografia e la cinematografia — per sviluppare competenze e strategie visive utili alla progettazione grafica.

Per il raggiungimento dell'obiettivo appena descritto, lo studente viene guidato verso l'acquisizione delle principali tecniche digitali e indirizzato verso la ricerca e l'esplorazione di un proprio linguaggio espressivo.

L'acquisizione di tali capacità avverrà attraverso sessioni di analisi e studio condotte durante il corso, confrontando di volta in volta l'immaginario contemporaneo con quello storico tradizionale, cercando di comprendere l'evoluzione delle tecniche e dei linguaggi.

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di essere in grado di comprendere e applicare i meccanismi di funzionamento del processo di percezione visiva; saper riconoscere un messaggio di comunicazione visiva efficace; saper selezionare e stratificare contenuti visivi provenienti da fonti eterogenee; saper utilizzare i linguaggi grafici per comunicare idee, immagini, dati, informazioni, concetti e progetti.

In sede di esame la verifica dell'apprendimento sarà operata sull'insieme delle esercitazioni prodotte e sull'effettiva conoscenza e padronanza dei principali argomenti trattati e affrontati durante il corso.

LINGUAGGI GRAFICI

1°

6

ITA

**Obiettivi formativi**

Obiettivo specifico del corso è quello di far acquisire agli studenti le conoscenze teorico-critiche per un corretto approccio alla produzione delle immagini nell'ambito della cultura visuale contemporanea.

In questo quadro gli argomenti trattati dal corso prendono in esame un insieme variegato di esperienze ed applicazioni riferibile alla produzione delle immagini esprimibile attraverso l'espressione Scienze Grafiche. A tale scopo è adottato il suffisso “-grafiche”, per indicare la natura dei soggetti su cui focalizzare l'attenzione e il dominio cui appartengono le tematiche proposte allo studio e all'approfondimento. Il suffisso “-grafiche” è declinato secondo plurali significati e molteplici linguaggi attraverso l'articolazione in quattro focus: -grafiche per la comunicazione, -grafiche per la visualizzazione, -grafiche per la descrizione, -grafiche per la narrazione.

Il corso è articolato in lezioni frontali, seminari e micro-esercitazioni approntate in relazione ai diversi argomenti storico-teorici, metodologici, tecnici ed operativi. I principali argomenti affrontati dalle lezioni frontali sono: le origini della moderna cultura visuale (dai secoli XVII-XVIII alla prima metà del XIX sec.); la prima metà Novecento: il formarsi del concetto di cultura visuale e le relative sperimentazioni; la fine del Novecento: il consolidarsi della ricerca nel campo della cultura visuale, la scienza delle immagini e la “svolta iconica”; il Duemila: la diffusione pervasiva delle immagini; le questioni fondamentali della cultura visuale: occhio e sguardo; il realismo, l'effetto di realtà e la finzione; l'immagine come picture: materie e supporti, dispositivi e media.

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di essere in grado di saper comprendere le immagini e le pratiche del vedere quali prodotti culturali storicamente e tecnicamente “situati” nel contesto culturale di riferimento; saper analizzare delle immagini e delle pratiche del vedere gli aspetti formali, materiali, tecnologici e sociali; saper utilizzare i linguaggi grafici nei diversi campi di applicazione e nelle possibili differenti espressioni; saper utilizzare i linguaggi grafici per la comunicazione di idee, immagini, dati, informazioni, concetti e progetti; saper esercitare e sperimentare la cultura visuale nell'ambito di un progetto di comunicazione visiva e multimediale.

In sede di esame la verifica dell'apprendimento sarà operata sull'insieme delle esercitazioni prodotte e sull'effettiva conoscenza e padronanza dei principali argomenti trattati e affrontati durante il corso.

10616359 | TEORIE E  
PRATICHE DELLE ARTI  
PERFORMATIVE

1°

6

ITA

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI: L'obiettivo del modulo è quello di trasferire agli studenti conoscenze e competenze sia teorico-critiche che tecniche per analizzare, interpretare e rielaborare il ruolo svolto dagli artisti nella seconda metà del Novecento, con ricadute sulla nostra quotidianità, come attori di anticipazione, sperimentazione e promozione di innovazione e sviluppo non solo di artefatti tecnico-culturali, ma anche di pratiche discorsive e metodologie interdisciplinari. Il corso affronta le origini del linguaggio elettronico a partire dalla fine degli anni Cinquanta, il rapporto tra analogico e digitale fino alla definizione di nuovi standard tecnologici in ambito digitale. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare la capacità di valutare e selezionare le conoscenze e le esperienze acquisite durante il corso per comunicarle in maniera autonoma e originale. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle esercitazioni attraverso l'analisi approfondita di case studies e contesti artistico-operativi come teatri, festival, e mostre. La verifica delle capacità di applicare conoscenza e comprensione sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame finale e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

STORIA DELLE ARTI  
PERFORMATIVE

1°

3

ITA

**Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI: L'obiettivo del modulo è quello di trasferire agli studenti conoscenze e competenze sia teorico-critiche che tecniche per analizzare, interpretare e rielaborare il ruolo svolto dagli artisti nella seconda metà del Novecento, con ricadute sulla nostra quotidianità, come attori di anticipazione, sperimentazione e promozione di innovazione e sviluppo non solo di artefatti tecnico-culturali, ma anche di pratiche discorsive e metodologie interdisciplinari. Il corso affronta le origini del linguaggio elettronico a partire dalla fine degli anni Cinquanta, il rapporto tra analogico e digitale fino alla definizione di nuovi standard tecnologici in ambito digitale. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare la capacità di valutare e selezionare le conoscenze e le esperienze acquisite durante il corso per comunicarle in maniera autonoma e originale. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle esercitazioni attraverso l'analisi approfondita di case studies e contesti artistico-operativi come teatri, festival, e mostre. La verifica delle capacità di applicare conoscenza e comprensione sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame finale e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

VIDEO EDITING E  
MULTIMEDIA

1°

3

ITA

**Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI: L'obiettivo del modulo è quello di trasferire agli studenti conoscenze e competenze sia teorico-critiche che tecniche per analizzare, interpretare e creare contenuti audiovisivi in ambito artistico. Metodologicamente il modulo accosta l'analisi di alcune opere video, performance multimediali e installazioni emblematiche e per la storia del video e delle performing art approfondendo le specificità linguistiche e tecnologiche. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare capacità di giudicare e selezionare le conoscenze e le esperienze acquisite durante il corso per rielaborarle in maniera autonoma e originale attraverso: la creazione di progetti multimediali; l'esposizione in maniera esaustiva ed innovativa dei contenuti teorici acquisiti; la valutazione della fattibilità dei progetti multimediali proposti da un punto di vista tecnico e fruitivo; le competenze per accedere a metodologie, strumenti e applicazioni innovative e attraverso lo studio della Storia delle arti videografiche, elettroniche, digitali e performative. La verifica delle capacità sarà operata attraverso la prova di esame finale, esercitazioni e prove in itinere.

10605331 |  
LABORATORIO DI  
IMMAGINE E  
STORYTELLING

1°

9

ITA

**Obiettivi formativi****METODI DI ANALISI CRITICA DELL'IMMAGINE (SPS-08) - 3 CFU**

Metodi di analisi critica dell'immagine è un ambito tematico della Sociologia dei Processi culturali e comunicativi (SPS 08) e si basa sull'approfondimento dei principi, degli strumenti e dei metodi delle scienze sociali, utilizzabili per un'analisi critica semantica e sintattica dell'immagine. Tale insegnamento può assumere due principali orientamenti:

Identificarsi con la visual literacy ovvero con una educazione alla comunicazione visuale, da cui sviluppare competenze trasversali di critical thinking, consapevolezza fruitiva e produzione creativa di contenuti audiovisivi. Questo tipo di riflessione inevitabilmente considera i contributi e le forme di contaminazione teorica provenienti dagli studi di semiotica, linguistica ed ermeneutica, soprattutto per quanto concerne lo sviluppo del critical thinking, mentre richiama più in generale alcuni aspetti specifici delle Scienze della Comunicazione, soprattutto per quanto attiene il funzionamento del sistema dell'industria culturale, nonché il processo alla base della produzione di un testo visivo e audiovisivo.

Enfatizzare la prospettiva metodologico-strumentale della Visual Education, trasferendo agli studenti strumenti critici e operativi per avviare processi di analisi dell'immagine e dello storytelling attraverso specifici tools, qualitativi e quantitativi, nonché di scrivere una narrazione visiva nel rispetto dei principi fondamentali alla base della sua efficacia e qualità comunicativa.

Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico e metodologico, la messa in campo di progetti di analisi dell'immagine. Lo studente dovrà, inoltre, avere acquisito conoscenze adeguate e specifiche circa le definizioni, i concetti chiave, i principi alla base del linguaggio visuale e dello storytelling, nonché gli strumenti, le procedure e i metodi analogici e digitali riferiti agli aspetti dell'analisi dell'immagine attraverso l'uso di procedure standard e non standard.

**METODI DI ANALISI  
CRITICA  
DELL'IMMAGINE**

1°

3

ITA

**Obiettivi formativi****METODI DI ANALISI CRITICA DELL'IMMAGINE (SPS-08) - 3 CFU**

Metodi di analisi critica dell'immagine è un ambito tematico della Sociologia dei Processi culturali e comunicativi (SPS 08) e si basa sull'approfondimento dei principi, degli strumenti e dei metodi delle scienze sociali, utilizzabili per un'analisi critica semantica e sintattica dell'immagine. Tale insegnamento può assumere due principali orientamenti:

Identificarsi con la visual literacy ovvero con una educazione alla comunicazione visuale, da cui sviluppare competenze trasversali di critical thinking, consapevolezza fruitiva e produzione creativa di contenuti audiovisivi. Questo tipo di riflessione inevitabilmente considera i contributi e le forme di contaminazione teorica provenienti dagli studi di semiotica, linguistica ed ermeneutica, soprattutto per quanto concerne lo sviluppo del critical thinking, mentre richiama più in generale alcuni aspetti specifici delle Scienze della Comunicazione, soprattutto per quanto attiene il funzionamento del sistema dell'industria culturale, nonché il processo alla base della produzione di un testo visivo e audiovisivo.

Enfatizzare la prospettiva metodologico-strumentale della Visual Education, trasferendo agli studenti strumenti critici e operativi per avviare processi di analisi dell'immagine e dello storytelling attraverso specifici tools, qualitativi e quantitativi, nonché di scrivere una narrazione visiva nel rispetto dei principi fondamentali alla base della sua efficacia e qualità comunicativa.

Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico e metodologico, la messa in campo di progetti di analisi dell'immagine. Lo studente dovrà, inoltre, avere acquisito conoscenze adeguate e specifiche circa le definizioni, i concetti chiave, i principi alla base del linguaggio visuale e dello storytelling, nonché gli strumenti, le procedure e i metodi analogici e digitali riferiti agli aspetti dell'analisi dell'immagine attraverso l'uso di procedure standard e non standard.

**FOTOGRAFIA**

1°

6

ITA

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi****FOTOGRAFIA (L-ART/06) – 6 CFU**

Il modulo si articola in lezioni frontali, dedicate a delineare i principali problemi storici, teorici, estetici, tecnici e progettuali connessi alla fotografia, e incontri laboratoriali mirati a definire un'idea fotografica e svilupparla nelle sue linee progettuali, verificandone la fattibilità, i possibili ambiti di applicazione, gli esiti. Attraverso il confronto tra diverse prospettive metodologiche, saranno trattati una serie di problemi centrali nella moderna storiografia e teoria fotografica (relativi ad esempio all'evoluzione nel tempo dei generi visuali, agli effetti della rivoluzione digitale, alle relative trasformazioni nelle pratiche sociali e nelle modalità produttive). Con l'ausilio di esempi e casi di studio (reportage e libri fotografici tematici, ricerche di impianto seriale, progetti sperimentali, campagne comunicative, allestimenti) sarà chiesto agli studenti di ideare, progettare, realizzare (con una o più tecniche coerentemente applicate) e editare una sequenza fotografica. La sequenza dovrà essere introdotta da un breve testo esplicativo (statement) e corredata di eventuali apparati (come didascalie, mappe, modelli di impaginazione, schemi di allestimento o altro – ad esempio archivi, database, ecc.). Sarà dato particolare rilievo a modalità ricorrenti nella fotografia contemporanea (ad esempio l'uso di palinsesti iconografici, il metodo antropologico e l'approccio relazionale, il ricorso a mappe, a piattaforme social, a sistemi georeferenziati o ad altre forme di ricerca e condivisione di immagini sul web), così come a temi e problemi tipici della fotografia documentaria e di quella sperimentale (ricerche sull'identità sociale, sulla memoria culturale, sul contesto urbano e ambientale, sulle mutazioni del paesaggio; ricerche sul linguaggio, sui media, sulla visualità; forme di appropriazione e remake applicate in diversi ambiti visuali, ecc.). L'esame verterà sulla conoscenza del materiale bibliografico (da concordare con il docente) e sulla presentazione della personale ricerca fotografica. Di questa, dovranno essere motivate le modalità progettuali (anche in funzione dei temi teorici approfonditi in bibliografia), l'editing e gli apparati annessi alle immagini.

10616065 |  
LABORATORIO DI  
BRAND DESIGN

2°

9

ITA

**Obiettivi formativi**

Il Modulo ha l'obiettivo principale di fornire gli strumenti teorico-critici e metodologici per conoscere e comprendere nonché elaborare progetti nell'ambito della Comunicazione Sociale e Divulgativa e in generale nell'ambito dei sistemi di comunicazione integrata attinente tematiche di pubblico interesse sia a livello territoriale che globale. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies significativi per i diversi fenomeni e contesti culturali che li hanno generati. Al termine del Laboratorio lo studente dovrà, avere acquisito una conoscenza adeguata e specifica degli strumenti, delle procedure e dei meccanismi attuativi per operare in questo campo, anche attraverso metodi di verifica della realizzabilità linguistico-narrativa, morfologica, tecnica e funzionale, utilizzando strumenti di comunicazione avanzati e multimediali nell'ambito della rappresentazione e forme diverse di linguaggio, verbale e scritto-grafico. La verifica delle capacità avverrà, soprattutto, attraverso la prova di esame, strutturata in modo da evidenziare l'autonomia nell'organizzare il proprio apprendimento.

METODI E STRUMENTI  
PER LA  
COMUNICAZIONE  
INTEGRATA

2°

3

ITA

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il Modulo ha l'obiettivo di fornire le conoscenze teoriche, metodologiche e critiche per lo studio della advertising e delle sue nuove declinazioni, nonché per elaborare un piano strategico di comunicazione integrata, definendone le leve strategiche e integrando i contributi dal marketing e dalle altre discipline coinvolte. Lo studente comprenderà cosa sottende la pianificazione e realizzazione di una campagna, alla luce delle più recenti tendenze di evoluzione dei linguaggi, delle nuove tecnologie e dei nuovi canali disponibili. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies di progetti e campagne pubblicitarie innovative e significative per i diversi fenomeni e contesti sociali e culturali che le hanno generate. Al termine Laboratorio lo studente dovrà dimostrare la padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi, legati alla ideazione e fattibilità di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito del Visual e Graphic Design e nello specifico nell'ambito della Comunicazione Sociale e Divulgativa. In particolare, lo studente dovrà essere in grado di sperimentare soluzioni innovative per esporre al meglio e valorizzare i contenuti materiali e/o immateriali progettati, utilizzando i metodi, le tecniche e gli strumenti attuativi acquisiti. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali, attraverso esercitazioni, simulazioni di progetti di nuove forme di pubblicità, di promozione, di divulgazione e di sistemi di comunicazione integrata volte a sviluppare la capacità di approccio individuale e di gruppo ai problemi applicativi e professionali.

BRAND DESIGN

2°

6

ITA

**Obiettivi formativi**

Il Modulo ha l'obiettivo principale di fornire gli strumenti teorico-critici e metodologici per conoscere e comprendere nonché elaborare progetti nell'ambito della Comunicazione Sociale e Divulgativa e in generale nell'ambito dei sistemi di comunicazione integrata attinente tematiche di pubblico interesse sia a livello territoriale che globale. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies significativi per i diversi fenomeni e contesti culturali che li hanno generati. Al termine del Laboratorio lo studente dovrà, avere acquisito una conoscenza adeguata e specifica degli strumenti, delle procedure e dei meccanismi attuativi per operare in questo campo, anche attraverso metodi di verifica della realizzabilità linguistico-narrativa, morfologica, tecnica e funzionale, utilizzando strumenti di comunicazione avanzati e multimediali nell'ambito della rappresentazione e forme diverse di linguaggio, verbale e scritto-grafico. La verifica delle capacità avverrà, soprattutto, attraverso la prova di esame, strutturata in modo da evidenziare l'autonomia nell'organizzare il proprio apprendimento.

10596155 |  
LABORATORIO DI  
MULTIMEDIA DESIGN

2°

9

ITA

**Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI - L'obiettivo del modulo è quello di fornire una conoscenza avanzata sui principi, sui metodi basilari e sulle tecniche per costruire prodotti interattivi a carattere virtuale in ambienti semi realistici. Ognuno di questi aspetti esaminati sarà presentato sia teoricamente che praticamente rispettivamente presentando una cornice di contesto teorica e un insieme degli strumenti richiesti per un'implementazione nel mondo reale. Il modulo ha l'obiettivo quindi di sviluppare l'utilizzo pratico di software come per esempio Unity, un engine per la creazione di spazi virtuali e ambienti immersivi. Saranno anche utilizzati strumenti quali sensori (per esempio kinect o rilevatori di movimento) e si introdurranno nozioni su piattaforme cloud. Al termine del modulo lo studente dovrà dimostrare la capacità di acquisire conoscenze ed esperienze, di valutarle e di rielaborarle ai fini della formazione di un giudizio autonomo e originale. In particolare, lo studente deve dimostrare abilità nella gestione autonoma e nella progettazione, consapevole delle problematiche associate ai nuovi contesti dell'Editoria Multimediale, dei Video, delle Realtà Immersive e Aumentate, con l'obiettivo di restituire soluzioni innovative e sostenibili, nonché di essere in grado di comunicarle in modo efficace e innovativo. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame propriamente detta e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

AMBIENTI IMMERSIVI

2°

3

ITA

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI - L'obiettivo del modulo è quello di fornire una conoscenza avanzata sui principi, sui metodi basilari e sulle tecniche per costruire prodotti interattivi a carattere virtuale in ambienti semi realistici. Ognuno di questi aspetti esaminati sarà presentato sia teoricamente che praticamente rispettivamente presentando una cornice di contesto teorica e un insieme degli strumenti richiesti per un'implementazione nel mondo reale. Il modulo ha l'obiettivo quindi di sviluppare l'utilizzo pratico di software come per esempio Unity, un engine per la creazione di spazi virtuali e ambienti immersivi. Saranno anche utilizzati strumenti quali sensori (per esempio Kinect o rilevatori di movimento) e si introdurranno nozioni su piattaforme cloud. Al termine del modulo lo studente dovrà dimostrare la capacità di acquisire conoscenze ed esperienze, di valutarle e di rielaborarle ai fini della formazione di un giudizio autonomo e originale. In particolare, lo studente deve dimostrare abilità nella gestione autonoma e nella progettazione, consapevole delle problematiche associate ai nuovi contesti dell'Editoria Multimediale, dei Video, delle Realtà Immersive e Aumentate, con l'obiettivo di restituire soluzioni innovative e sostenibili, nonché di essere in grado di comunicarle in modo efficace e innovativo. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame propriamente detta e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

MULTIMEDIA DESIGN

2°

6

ITA

**Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI - Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito della cultura degli artefatti comunicativi multimediali e interattivi, fondata sulla relazione dinamica tra testi/segni e immagini. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici per conoscere e comprendere nonché elaborare progetti nell'ambito del Multimedia Design e nello specifico Editoria Multimediale, Video, Realtà Immersive e Aumentate. Il corso si propone di fornire agli studenti l'acquisizione dell'uso degli strumenti multimediali, tramite un percorso teorico e pratico, necessario per la progettazione/realizzazione degli oggetti di multimedia design e di promuovere un'attitudine al progetto trasversale adeguato alla contemporanea complessità delle esigenze di comunicazione e fruizione. Ambiti che si intrecciano con altre discipline e necessitano di conoscenze sia teoriche e critiche, che tecniche. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies significativi per i diversi fenomeni e contesti culturali che li hanno generati ed essere acquisiti strumenti multimediali applicativi.

Al termine del Laboratorio Integrato lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico-metodologico, la messa in campo di progetti di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito del Multimedia Design e nello specifico dell'Editoria Multimediale, dei Video, delle Realtà Immersive e Aumentate; dimostrare la padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi nonché essere in grado di comunicare quanto acquisito in modo efficace e innovativo. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame propriamente detta e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

1° gruppo opzionale

**2° anno****Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua**

10616079 |

LABORATORIO DI  
INFORMATION DESIGN

1°

9

ITA

**Obiettivi formativi**

Il modulo si occupa di fornire conoscenze e favorire l'apprendimento di metodi e tecniche di raccolta, elaborazione, interpretazione ed organizzazione dei dati a fini comunicativi attraverso lo sviluppo di progetti visuali. Il percorso previsto dall'insegnamento mira a fornire agli studenti gli strumenti per elaborare capacità critiche di approccio ai dati attraverso due modalità di apprendimento: una modalità frontale basata su contributi teorici specifici (lezioni frontali, coinvolgimento di esperti esterni, approfondimenti bibliografici e di ricerca) e una modalità pratica basata su esercitazioni progettuali ed attività sperimentali. L'obiettivo del modulo è, pertanto, l'acquisizione da parte degli studenti di capacità critiche ed operative rispetto alle conoscenze teorico-metodologiche, tecniche e progettuali, la loro messa in pratica attraverso proposte di tipo grafico-visuale che prevedano l'applicazione in modo efficace ed innovativo degli strumenti di comunicazione propri dell'ambito della rappresentazione e lo sviluppo di nuove forme di linguaggio visuale.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
DATA RESEARCH E STORYTELLING	1°	3	ITA

#### Obiettivi formativi

Il modulo si occupa prevalentemente dell'analisi critica e della progettazione di narrazioni visive a partire da dati e informazioni, applicando i modelli narrativi provenienti dalla tradizione sociologica, quali la struttura circolare del viaggio dell'eroe (Campbell, 1984) e Vogler, 1999), la caratterizzazione dei personaggi attraverso gli archetipi e i tipi psicologici fondamentali della narrazione (Durand,1972; Jung, 1947; Pearson, 1990), nonché i capi saldi del racconto, le funzioni e le strutture narrative (Barthes, 1966; Todorov,1969). Attraverso questo modulo, gli studenti acquisiranno conoscenze e abilità per svolgere un'analisi critica delle narrazioni visive, anche di tipo crossmediale e transmediale, e saranno in grado di applicare le regole alla base della progettazione contenutistica della narrazione visiva nel momento in cui devono visualizzare i data o raccontarli all'interno di una struttura narrativa interpretativa. Per tale ragione, i due moduli di cui è composto il corso viaggiano in parallelo per fornire competenze di progettazione visiva nel campo dell'Information Design offrendo conoscenze e abilità per la ricerca, ideazione e validazione di artefatti comunicativi infografici complessi. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali attraverso lo sviluppo di project work tematici e di durata semestrale.

DATA VISUALIZATION	1°	6	ITA
--------------------	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Il modulo si occupa di fornire conoscenze e favorire l'apprendimento di metodi e tecniche di raccolta, elaborazione, interpretazione ed organizzazione dei dati a fini comunicativi attraverso lo sviluppo di progetti visuali. Il percorso previsto dall'insegnamento mira a fornire agli studenti gli strumenti per elaborare capacità critiche di approccio ai dati attraverso due modalità di apprendimento: una modalità frontale basata su contributi teorici specifici (lezioni frontali, coinvolgimento di esperti esterni, approfondimenti bibliografici e di ricerca) e una modalità pratica basata su esercitazioni progettuali ed attività sperimentali. L'obiettivo del modulo è, pertanto, l'acquisizione da parte degli studenti di capacità critiche ed operative rispetto alle conoscenze teorico-metodologiche, tecniche e progettuali, la loro messa in pratica attraverso proposte di tipo grafico-visuale che prevedano l'applicazione in modo efficace ed innovativo degli strumenti di comunicazione propri dell'ambito della rappresentazione e lo sviluppo di nuove forme di linguaggio visuale.

10616076   LABORATORIO DI COMPUTER GRAFICA E GAMING	1°	9	ITA
--	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Il Laboratorio integrato di Computer Grafica e Gaming, in coerenza con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale intende fornire strumenti teorico/critici e tecnici per consentire allo studente di affrontare il progetto di prodotti complessi nell'ambito della computer grafica e del gaming nello specifico per i nuovi contesti digitali, per le animazioni, per settori dell'entertainment e per le applicazioni alternative di soluzioni di gamification.

Il laboratorio intende offrire stimoli di metodo e riflessioni sulle nuove tecniche della comunicazione visiva, fornire conoscenze sui linguaggi, sulla pianificazione strategica e sulle tecniche della comunicazione interattiva in diversi ambiti di applicazione. Preliminarmente il corso prevede un inquadramento generale dello stato dell'arte e delle prospettive sulle sperimentazioni contemporanee nell'ambito della computer grafica, in seguito si propongono attività di sperimentazione progettuale di sintesi. Il Laboratorio si compone di un modulo guida di Computer Grafica e Gaming e di un modulo di approfondimento di Interaction Design che ha l'obiettivo di indagare i diversi possibili livelli d'interazione tra utenti e sistemi sociotecnici.

INTERACTION DESIGN	1°	3	ITA
--------------------	----	---	-----

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

L'obiettivo del modulo di Interaction Design è quello di fornire un'introduzione sui principi, sui metodi basilari e sulle tecniche per costruire prodotti interattivi a carattere virtuale. Ognuno di questi aspetti esaminati sarà presentato sia teoricamente che praticamente rispettivamente presentando una cornice di contesto teorica e un insieme degli strumenti richiesti per un'implementazione nel mondo reale. Il corso ha l'obiettivo quindi di sviluppare le competenze di utilizzo di software specifici. Il corso intende quindi fornire un'introduzione alla computazione e alla programmazione. In particolare il corso si focalizza sullo studio di smart objects in grado di muoversi autonomamente e in maniera flessibile attraverso un approccio di "decision making" che include particolari tecniche per l'ottimizzazione delle fasi di progettazione e produzione.

COMPUTER GRAFICA E  
GAMING

1°

6

ITA

**Obiettivi formativi**

L'obiettivo del modulo di Computer Graphics e Gaming è fornire gli strumenti di base ed avanzati per realizzare un prodotto di Game Design.

Dal punto di vista dell'organizzazione del lavoro è importante comprendere come viene strutturato uno story telling e uno story board, che sono la parte portante del progetto di Game Design. Dal punto di vista degli strumenti, sono indicate delle procedure di base ed avanzate per modellare in 3D oggetti che appartengono al paesaggio urbano e rurale, e che fanno parte dell'ambientazione in cui si inserisce il progetto di Game Design.

A SCELTA DELLO  
STUDENTE

2°

9

ITA

**Obiettivi formativi**

Tali materie (9 CFU) possono essere scelte autonomamente dallo studente, purché siano coerenti con il percorso formativo.

In particolare i crediti possono essere acquisiti sostenendo uno o più esami:

- nei Corsi di Laurea Magistrale e Triennale di tutte le Facoltà dell'Ateneo;
- in eventuali corsi specificamente attivati dai Corsi di Laurea Magistrale in Design (definiti per ciascun anno accademico);
- nell'ambito del programma Erasmus;

Il Comitato di coordinamento elaborerà annualmente una lista di insegnamenti suggeriti per il Corso di Laurea. La scelta di un insegnamento tra questi semplifica la procedura di accettazione del "Percorso formativo" che risulterebbe preapprovato..

Le materie a scelta possono essere sostenute già a partire dal 1° semestre del 1° anno.

AAF1155 | Altre  
conoscenze utili per  
l'inserimento nel mondo  
del lavoro

2°

9

ITA

**Obiettivi formativi**

Le altre attività utili per l'inserimento nel mondo del lavoro dello studente di DCVM contemplano Stage, Workshop, Seminari e Conferenze organizzate dal Consiglio di Corso di Studi per il totale delle ore previste dal manifesto degli studi.

AAF1013 | PROVA  
FINALE

2°

15

ITA

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
<b>Obiettivi formativi</b>			
La prova finale del Corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, che costituisce il completamento e la verifica delle conoscenze acquisite, consiste nella presentazione di una tesi elaborata dallo studente secondo requisiti di originalità, sotto la guida di un relatore. Questa dovrà essere connotata da un profilo prossimo alla ricerca avente pertanto caratteri di sperimentazione che potranno approfondire aspetti progettuali-esecutivi oppure teorici e metodologici.			
2° gruppo opzionale			

### Design Multimedia and Visual Communication

#### 1° anno

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
10605330   BOOK DESIGN AND TYPOGRAPHY STUDIO	1°	9	ENG

#### Obiettivi formativi

Il Laboratorio integrato di Editoria e Tipografia ha l'obiettivo di fornire strumenti teorico-critici, progettuali e tecnici per consentire allo studente di affrontare il progetto di artefatti e sistemi di artefatti complessi nell'ambito della Comunicazione Visiva basati su uno dei suoi elementi fondanti: la tipografia. Il laboratorio intende quindi fornire gli strumenti per un utilizzo consapevole del carattere tipografico nella progettazione di diverse tipologie di artefatto nell'ambito editoriale. Tali strumenti comprendono la conoscenza dell'anatomia del carattere e i relativi cambiamenti in riferimento ai contesti storici e tecnologici; verranno inoltre approfonditi temi quali l'architettura dell'informazione attraverso l'uso corretto dei caratteri tipografici, la microtipografia e l'utilizzo dei caratteri in chiave espressiva. Verrà infine trattato l'uso integrato della tipografia con gli altri elementi della progettazione grafica. Al termine del Laboratorio lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e abilità che consentano la progettazione sia di un carattere tipografico che di un artefatto di design editoriale, dal concept alla realizzazione, con una particolare attenzione alla fase di stampa e allestimento del prodotto progettato. Il Laboratorio è costituito da un modulo di "Editoria e Tipografia", con una forte componente progettuale nell'ambito del design editoriale; e da un modulo di "Storia della Comunicazione Visiva" che ha l'obiettivo di fornire le basi storiche e critiche della progettazione grafica. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività progettuali, attraverso esercitazioni, e mediante la prova finale, che servirà a verificare sia i progressi nell'ambito della produzione degli artefatti che la preparazione teorica a partire dalla bibliografia di riferimento.

HISTORY OF VISUAL COMMUNICATION DESIGN	1°	3	ENG
--	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito della Storia della Comunicazione Visiva. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici per individuare, comprendere e collocare temporalmente progetti nell'ambito della storia della grafica, e nello specifico caratteri tipografici, manifesti, riviste e copertine di libri, cogliendone i peculiari aspetti progettuali e produttivi. Il corso verterà quindi sugli artefatti progettati tra il 1890 e il 1990, con particolare attenzione alla produzione grafica e tipografica italiana. Tali case studies verranno analizzati in rapporto con il contesto in cui sono stati progettati e in base all'impatto che hanno avuto sulla società coeva. Oltre agli aspetti visivi degli artefatti, il corso si propone di affrontare le questioni tecnologiche legate alla produzione degli artefatti, e in particolare le tecniche di stampa, con l'obiettivo di far acquisire agli studenti le conoscenze utili al riconoscimento degli aspetti tecnici di un progetto. Durante il corso verranno inoltre fornite alcune indicazioni storiografiche, utili a comprendere i limiti che definiscono la disciplina e le innovazioni metodologiche scaturite dal dibattito avvenuto nell'ultimo decennio. Saranno infine affrontate le questioni relative allo studio delle fonti primarie e secondarie, con l'obiettivo di fornire agli studenti una prima introduzione alla ricerca storica. Tale obiettivo specifico sarà verificato attraverso la redazione di un testo scritto. La componente storico-critica verrà invece valutata attraverso una prova di esame che attesti la padronanza degli argomenti del corso.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
BOOK DESIGN AND TYPOGRAPHY	1°	6	ENG

#### Obiettivi formativi

Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito del Design Editoriale, con particolare attenzione alla progettazione di un carattere tipografico e all'utilizzo della tipografia in ambito editoriale. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici, tecnici e progettuali per la progettazione di un carattere tipografico e per l'analisi e l'elaborazione di progetti nell'ambito della Comunicazione Visiva. Il corso si propone, tramite un percorso teorico e pratico, di fornire agli studenti l'acquisizione delle conoscenze culturali, teoriche e tecniche atte a progettare e utilizzare propriamente lo strumento della tipografia, necessario per la concezione e la realizzazione di artefatti grafici in grado di coniugare la componente tradizionale con elementi contemporanei. Per raggiungere tali obiettivi, saranno fornite nozioni relative sia alla morfologia del carattere, sia alle nuove tecnologie applicate all'ingegnerizzazione delle font, quali variabili parametriche e applicazioni per il motion graphic. Al termine del modulo lo studente dovrà avere acquisito conoscenze teorico-metodologiche e pratiche che consentano la realizzazione di progetti di caratteri tipografici e di artefatti e sistemi di artefatti nell'ambito del Design Editoriale. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova d'esame e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

10596168   DESIGN AND GRAPHIC LANGUAGES STUDIO	1°	9	ENG
--	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Obiettivo specifico del corso è quello di far acquisire agli studenti le conoscenze teorico-critiche per un corretto approccio alla produzione delle immagini nell'ambito della cultura visuale contemporanea.

In questo quadro gli argomenti trattati dal corso prendono in esame un insieme variegato di esperienze ed applicazioni riferibile alla produzione delle immagini esprimibile attraverso l'espressione Scienze Grafiche. A tale scopo è adottato il suffisso "-grafiche", per indicare la natura dei soggetti su cui focalizzare l'attenzione e il dominio cui appartengono le tematiche proposte allo studio e all'approfondimento. Il suffisso "-grafiche" è declinato secondo plurali significati e molteplici linguaggi attraverso l'articolazione in quattro focus: -grafiche per la comunicazione, -grafiche per la visualizzazione, -grafiche per la descrizione, -grafiche per la narrazione.

Il corso è articolato in lezioni frontali, seminari e micro-esercitazioni approntate in relazione ai diversi argomenti storico-teorici, metodologici, tecnici ed operativi. I principali argomenti affrontati dalle lezioni frontali sono: le origini della moderna cultura visuale (dai secoli XVII-XVIII alla prima metà del XIX sec.); la prima metà Novecento: il formarsi del concetto di cultura visuale e le relative sperimentazioni; la fine del Novecento: il consolidarsi della ricerca nel campo della cultura visuale, la scienza delle immagini e la "svolta iconica"; il Duemila: la diffusione pervasiva delle immagini; le questioni fondamentali della cultura visuale: occhio e sguardo; il realismo, l'effetto di realtà e la finzione; l'immagine come picture: materie e supporti, dispositivi e media.

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di essere in grado di saper comprendere le immagini e le pratiche del vedere quali prodotti culturali storicamente e tecnicamente "situati" nel contesto culturale di riferimento; saper analizzare delle immagini e delle pratiche del vedere gli aspetti formali, materiali, tecnologici e sociali; saper utilizzare i linguaggi grafici nei diversi campi di applicazione e nelle possibili differenti espressioni; saper utilizzare i linguaggi grafici per la comunicazione di idee, immagini, dati, informazioni, concetti e progetti; saper esercitare e sperimentare la cultura visuale nell'ambito di un progetto di comunicazione visiva e multimediale.

In sede di esame la verifica dell'apprendimento sarà operata sull'insieme delle esercitazioni prodotte e sull'effettiva conoscenza e padronanza dei principali argomenti trattati e affrontati durante il corso.

GRAPHIC METHODS AND TECHNIQUES STUDIO	1°	3	ENG
---	----	---	-----

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Obiettivo specifico del corso è quello di far acquisire agli studenti le conoscenze, competenze e abilità per l'esercizio critico delle differenti forme dei linguaggi grafici che concorrono alla formulazione di un progetto di comunicazione visiva.

In questo quadro gli argomenti trattati dal corso indagano, dal punto di vista teorico ed applicativo, le principali metodologie di rappresentazione che caratterizzano i linguaggi grafici contemporanei, a partire da uno studio approfondito delle arti visive tradizionali — quali l'arte pittorica, la fotografia e la cinematografia — per sviluppare competenze e strategie visive utili alla progettazione grafica.

Per il raggiungimento dell'obiettivo appena descritto, lo studente viene guidato verso l'acquisizione delle principali tecniche digitali e indirizzato verso la ricerca e l'esplorazione di un proprio linguaggio espressivo.

L'acquisizione di tali capacità avverrà attraverso sessioni di analisi e studio condotte durante il corso, confrontando di volta in volta l'immaginario contemporaneo con quello storico tradizionale, cercando di comprendere l'evoluzione delle tecniche e dei linguaggi.

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di essere in grado di comprendere e applicare i meccanismi di funzionamento del processo di percezione visiva; saper riconoscere un messaggio di comunicazione visiva efficace; saper selezionare e stratificare contenuti visivi provenienti da fonti eterogenee; saper utilizzare i linguaggi grafici per comunicare idee, immagini, dati, informazioni, concetti e progetti.

In sede di esame la verifica dell'apprendimento sarà operata sull'insieme delle esercitazioni prodotte e sull'effettiva conoscenza e padronanza dei principali argomenti trattati e affrontati durante il corso.

GRAPHIC LANGUAGES

1°

6

ENG

**Obiettivi formativi**

Obiettivo specifico del corso è quello di far acquisire agli studenti le conoscenze teorico-critiche per un corretto approccio alla produzione delle immagini nell'ambito della cultura visuale contemporanea.

In questo quadro gli argomenti trattati dal corso prendono in esame un insieme variegato di esperienze ed applicazioni riferibile alla produzione delle immagini esprimibile attraverso l'espressione Scienze Grafiche. A tale scopo è adottato il suffisso “-grafiche”, per indicare la natura dei soggetti su cui focalizzare l'attenzione e il dominio cui appartengono le tematiche proposte allo studio e all'approfondimento. Il suffisso “-grafiche” è declinato secondo plurali significati e molteplici linguaggi attraverso l'articolazione in quattro focus: -grafiche per la comunicazione, -grafiche per la visualizzazione, -grafiche per la descrizione, -grafiche per la narrazione.

Il corso è articolato in lezioni frontali, seminari e micro-esercitazioni approntate in relazione ai diversi argomenti storico-teorici, metodologici, tecnici ed operativi. I principali argomenti affrontati dalle lezioni frontali sono: le origini della moderna cultura visuale (dai secoli XVII-XVIII alla prima metà del XIX sec.); la prima metà Novecento: il formarsi del concetto di cultura visuale e le relative sperimentazioni; la fine del Novecento: il consolidarsi della ricerca nel campo della cultura visuale, la scienza delle immagini e la “svolta iconica”; il Duemila: la diffusione pervasiva delle immagini; le questioni fondamentali della cultura visuale: occhio e sguardo; il realismo, l'effetto di realtà e la finzione; l'immagine come picture: materie e supporti, dispositivi e media.

Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di essere in grado di saper comprendere le immagini e le pratiche del vedere quali prodotti culturali storicamente e tecnicamente “situati” nel contesto culturale di riferimento; saper analizzare delle immagini e delle pratiche del vedere gli aspetti formali, materiali, tecnologici e sociali; saper utilizzare i linguaggi grafici nei diversi campi di applicazione e nelle possibili differenti espressioni; saper utilizzare i linguaggi grafici per la comunicazione di idee, immagini, dati, informazioni, concetti e progetti; saper esercitare e sperimentare la cultura visuale nell'ambito di un progetto di comunicazione visiva e multimediale.

In sede di esame la verifica dell'apprendimento sarà operata sull'insieme delle esercitazioni prodotte e sull'effettiva conoscenza e padronanza dei principali argomenti trattati e affrontati durante il corso.

10616077 | PRINCIPLES  
AND PRACTICES OF  
PERFORMING ARTS

1°

6

ENG

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI: L'obiettivo del modulo è quello di trasferire agli studenti conoscenze e competenze sia teorico-critiche che tecniche per analizzare, interpretare e creare contenuti audiovisivi in ambito artistico. Metodologicamente il modulo accosta l'analisi di alcune opere video, performance multimediali e installazioni emblematiche i per la storia del video e delle performing art approfondendo le specificità linguistiche e tecnologiche. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare capacità di giudicare e selezionare le conoscenze e le esperienze acquisite durante il corso per rielaborarle in maniera autonoma e originale attraverso: la creazione di progetti multimediali; l'esposizione in maniera esaustiva ed innovativa dei contenuti teorici acquisiti; la valutazione della fattibilità dei progetti multimediali proposti da un punto di vista tecnico e fruitivo; le competenze per accedere a metodologie, strumenti e applicazioni innovative e attraverso lo studio della Storia delle arti videografiche, elettroniche, digitali e performative. La verifica delle capacità sarà operata attraverso la prova di esame finale, esercitazioni e prove in itinere.

VIDEO EDITING AND  
MULTIMEDIA

1°

3

ENG

**Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI: L'obiettivo del modulo è quello di trasferire agli studenti conoscenze e competenze sia teorico-critiche che tecniche per analizzare, interpretare e creare contenuti audiovisivi in ambito artistico. Metodologicamente il modulo accosta l'analisi di alcune opere video, performance multimediali e installazioni emblematiche i per la storia del video e delle performing art approfondendo le specificità linguistiche e tecnologiche. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare capacità di giudicare e selezionare le conoscenze e le esperienze acquisite durante il corso per rielaborarle in maniera autonoma e originale attraverso: la creazione di progetti multimediali; l'esposizione in maniera esaustiva ed innovativa dei contenuti teorici acquisiti; la valutazione della fattibilità dei progetti multimediali proposti da un punto di vista tecnico e fruitivo; le competenze per accedere a metodologie, strumenti e applicazioni innovative e attraverso lo studio della Storia delle arti videografiche, elettroniche, digitali e performative. La verifica delle capacità sarà operata attraverso la prova di esame finale, esercitazioni e prove in itinere.

HISTORY OF  
PERFORMING ARTS

1°

3

ENG

**Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI: L'obiettivo del modulo è quello di trasferire agli studenti conoscenze e competenze sia teorico-critiche che tecniche per analizzare, interpretare e rielaborare il ruolo svolto dagli artisti nella seconda metà del Novecento, con ricadute sulla nostra quotidianità, come attori di anticipazione, sperimentazione e promozione di innovazione e sviluppo non solo di artefatti tecnico-culturali, ma anche di pratiche discorsive e metodologie interdisciplinari. Il corso affronta le origini del linguaggio elettronico a partire dalla fine degli anni Cinquanta, il rapporto tra analogico e digitale fino alla definizione di nuovi standard tecnologici in ambito digitale. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare la capacità di valutare e selezionare le conoscenze e le esperienze acquisite durante il corso per comunicarle in maniera autonoma e originale. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle esercitazioni attraverso l'analisi approfondita di case studies e contesti artistico-operativi come teatri, festival, e mostre. La verifica delle capacità di applicare conoscenza e comprensione sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame finale e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

10605332 | IMAGE AND  
STORYTELLING STUDIO

1°

9

ENG

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi****FOTOGRAFIA (L-ART/06) – 6 CFU**

Il modulo si articola in lezioni frontali, dedicate a delineare i principali problemi storici, teorici, estetici, tecnici e progettuali connessi alla fotografia, e incontri laboratoriali mirati a definire un'idea fotografica e svilupparla nelle sue linee progettuali, verificandone la fattibilità, i possibili ambiti di applicazione, gli esiti. Attraverso il confronto tra diverse prospettive metodologiche, saranno trattati una serie di problemi centrali nella moderna storiografia e teoria fotografica (relativi ad esempio all'evoluzione nel tempo dei generi visuali, agli effetti della rivoluzione digitale, alle relative trasformazioni nelle pratiche sociali e nelle modalità produttive). Con l'ausilio di esempi e casi di studio (reportage e libri fotografici tematici, ricerche di impianto seriale, progetti sperimentali, campagne comunicative, allestimenti) sarà chiesto agli studenti di ideare, progettare, realizzare (con una o più tecniche coerentemente applicate) e editare una sequenza fotografica. La sequenza dovrà essere introdotta da un breve testo esplicativo (statement) e corredata di eventuali apparati (come didascalie, mappe, modelli di impaginazione, schemi di allestimento o altro – ad esempio archivi, database, ecc.). Sarà dato particolare rilievo a modalità ricorrenti nella fotografia contemporanea (ad esempio l'uso di palinsesti iconografici, il metodo antropologico e l'approccio relazionale, il ricorso a mappe, a piattaforme social, a sistemi georeferenziati o ad altre forme di ricerca e condivisione di immagini sul web), così come a temi e problemi tipici della fotografia documentaria e di quella sperimentale (ricerche sull'identità sociale, sulla memoria culturale, sul contesto urbano e ambientale, sulle mutazioni del paesaggio; ricerche sul linguaggio, sui media, sulla visualità; forme di appropriazione e remake applicate in diversi ambiti visuali, ecc.). L'esame verterà sulla conoscenza del materiale bibliografico (da concordare con il docente) e sulla presentazione della personale ricerca fotografica. Di questa, dovranno essere motivate le modalità progettuali (anche in funzione dei temi teorici approfonditi in bibliografia), l'editing e gli apparati annessi alle immagini.

METHODS FOR  
IMAGE'S CRITICAL  
EVALUATION

1°

3

ENG

**Obiettivi formativi****METODI DI ANALISI CRITICA DELL'IMMAGINE (SPS-08) - 3 CFU**

Metodi di analisi critica dell'immagine è un ambito tematico della Sociologia dei Processi culturali e comunicativi (SPS 08) e si basa sull'approfondimento dei principi, degli strumenti e dei metodi delle scienze sociali, utilizzabili per un'analisi critica semantica e sintattica dell'immagine. Tale insegnamento può assumere due principali orientamenti:

Identificarsi con la visual literacy ovvero con una educazione alla comunicazione visuale, da cui sviluppare competenze trasversali di critical thinking, consapevolezza fruitiva e produzione creativa di contenuti audiovisivi. Questo tipo di riflessione inevitabilmente considera i contributi e le forme di contaminazione teorica provenienti dagli studi di semiotica, linguistica ed ermeneutica, soprattutto per quanto concerne lo sviluppo del critical thinking, mentre richiama più in generale alcuni aspetti specifici delle Scienze della Comunicazione, soprattutto per quanto attiene il funzionamento del sistema dell'industria culturale, nonché il processo alla base della produzione di un testo visivo e audiovisivo.

Enfatizzare la prospettiva metodologico-strumentale della Visual Education, trasferendo agli studenti strumenti critici e operativi per avviare processi di analisi dell'immagine e dello storytelling attraverso specifici tools, qualitativi e quantitativi, nonché di scrivere una narrazione visiva nel rispetto dei principi fondamentali alla base della sua efficacia e qualità comunicativa.

Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico e metodologico, la messa in campo di progetti di analisi dell'immagine. Lo studente dovrà, inoltre, avere acquisito conoscenze adeguate e specifiche circa le definizioni, i concetti chiave, i principi alla base del linguaggio visuale e dello storytelling, nonché gli strumenti, le procedure e i metodi analogici e digitali riferiti agli aspetti dell'analisi dell'immagine attraverso l'uso di procedure standard e non standard.

PHOTOGRAPHY

1°

6

ENG

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi****FOTOGRAFIA (L-ART/06) – 6 CFU**

Il modulo si articola in lezioni frontali, dedicate a delineare i principali problemi storici, teorici, estetici, tecnici e progettuali connessi alla fotografia, e incontri laboratoriali mirati a definire un'idea fotografica e svilupparla nelle sue linee progettuali, verificandone la fattibilità, i possibili ambiti di applicazione, gli esiti. Attraverso il confronto tra diverse prospettive metodologiche, saranno trattati una serie di problemi centrali nella moderna storiografia e teoria fotografica (relativi ad esempio all'evoluzione nel tempo dei generi visuali, agli effetti della rivoluzione digitale, alle relative trasformazioni nelle pratiche sociali e nelle modalità produttive). Con l'ausilio di esempi e casi di studio (reportage e libri fotografici tematici, ricerche di impianto seriale, progetti sperimentali, campagne comunicative, allestimenti) sarà chiesto agli studenti di ideare, progettare, realizzare (con una o più tecniche coerentemente applicate) e editare una sequenza fotografica. La sequenza dovrà essere introdotta da un breve testo esplicativo (statement) e corredata di eventuali apparati (come didascalie, mappe, modelli di impaginazione, schemi di allestimento o altro – ad esempio archivi, database, ecc.). Sarà dato particolare rilievo a modalità ricorrenti nella fotografia contemporanea (ad esempio l'uso di palinsesti iconografici, il metodo antropologico e l'approccio relazionale, il ricorso a mappe, a piattaforme social, a sistemi georeferenziati o ad altre forme di ricerca e condivisione di immagini sul web), così come a temi e problemi tipici della fotografia documentaria e di quella sperimentale (ricerche sull'identità sociale, sulla memoria culturale, sul contesto urbano e ambientale, sulle mutazioni del paesaggio; ricerche sul linguaggio, sui media, sulla visualità; forme di appropriazione e remake applicate in diversi ambiti visuali, ecc.). L'esame verterà sulla conoscenza del materiale bibliografico (da concordare con il docente) e sulla presentazione della personale ricerca fotografica. Di questa, dovranno essere motivate le modalità progettuali (anche in funzione dei temi teorici approfonditi in bibliografia), l'editing e gli apparati annessi alle immagini.

10616064 | DESIGN  
BRANDING STUDIO

2°

9

ENG

**Obiettivi formativi**

Il Laboratorio integrato si compone di un modulo guida con una componente teorico/critica sulla cultura del progetto di design per la grafica e la comunicazione visiva ed una applicativa sperimentale; e di un modulo che affronta dal versante degli studi sociologici dei processi culturali, forme contenute e strategie divulgative e della comunicazione sociale e istituzionale. Il laboratorio integrato ha l'obiettivo di fornire strumenti teorico/critici e tecnici per consentire allo studente di affrontare il progetto di artefatti e/o sistemi di artefatti complessi nell'ambito della comunicazione integrata di tipo promozionale, pubblicitario e divulgativo con particolare attenzione alle applicazioni nei settori pubblico, politico e sociale. Il laboratorio intende offrire stimoli di metodo e riflessioni sulle nuove tecniche della comunicazione visiva, fornire conoscenze sui linguaggi, sulla pianificazione strategica e sulle tecniche della comunicazione grafica transmediale, negli specifici ambiti di interesse. Da un lato, dunque, verrà offerta una visione dello stato dell'arte e delle prospettive sulle sperimentazioni più avanzate nella Comunicazione Sociale e Divulgativa, dall'altro si forniranno competenze inerenti pianificazione e realizzazione di nuovi progetti negli stessi ambiti. Al termine del Laboratorio lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico-metodologico, la messa in campo di progetti di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito del Visual e Graphic Design e nello specifico nell'ambito della Comunicazione Sociale e Divulgativa. Le conoscenze acquisite convergeranno e saranno verificate attraverso la creazione di uno o più progetti di comunicazione che gli studenti dovranno elaborare, dal concept alla realizzazione, passando per la pianificazione strategica.

INTEGRATED  
COMMUNICATION  
METHODS AND TOOLS

2°

3

ENG

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

Il Modulo ha l'obiettivo di fornire le conoscenze teoriche, metodologiche e critiche per lo studio della advertising e delle sue nuove declinazioni, nonché per elaborare un piano strategico di comunicazione integrata, definendone le leve strategiche e integrando i contributi dal marketing e dalle altre discipline coinvolte. Lo studente comprenderà cosa sottende la pianificazione e realizzazione di una campagna, alla luce delle più recenti tendenze di evoluzione dei linguaggi, delle nuove tecnologie e dei nuovi canali disponibili. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies di progetti e campagne pubblicitarie innovative e significative per i diversi fenomeni e contesti sociali e culturali che le hanno generate. Al termine Laboratorio lo studente dovrà dimostrare la padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi, legati alla ideazione e fattibilità di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito del Visual e Graphic Design e nello specifico nell'ambito della Comunicazione Sociale e Divulgativa. In particolare, lo studente dovrà essere in grado di sperimentare soluzioni innovative per esporre al meglio e valorizzare i contenuti materiali e/o immateriali progettati, utilizzando i metodi, le tecniche e gli strumenti attuativi acquisiti. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali, attraverso esercitazioni, simulazioni di progetti di nuove forme di pubblicità, di promozione, di divulgazione e di sistemi di comunicazione integrata volte a sviluppare la capacità di approccio individuale e di gruppo ai problemi applicativi e professionali.

BRAND DESIGN

2°

6

ENG

**Obiettivi formativi**

Il Modulo ha l'obiettivo principale di fornire gli strumenti teorico-critici e metodologici per conoscere e comprendere nonché elaborare progetti nell'ambito della Comunicazione Sociale e Divulgativa e in generale nell'ambito dei sistemi di comunicazione integrata attinente tematiche di pubblico interesse sia a livello territoriale che globale. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies significativi per i diversi fenomeni e contesti culturali che li hanno generati. Al termine del Laboratorio lo studente dovrà, avere acquisito una conoscenza adeguata e specifica degli strumenti, delle procedure e dei meccanismi attuativi per operare in questo campo, anche attraverso metodi di verifica della realizzabilità linguistico-narrativa, morfologica, tecnica e funzionale, utilizzando strumenti di comunicazione avanzati e multimediali nell'ambito della rappresentazione e forme diverse di linguaggio, verbale e scritto-grafico. La verifica delle capacità avverrà, soprattutto, attraverso la prova di esame, strutturata in modo da evidenziare l'autonomia nell'organizzare il proprio apprendimento.

10596166 |  
MULTIMEDIA DESIGN  
STUDIO

2°

9

ENG

**Obiettivi formativi**

Il Laboratorio integrato di Multimedia Design, ha l'obiettivo di fornire strumenti teorico/critici e tecnici per consentire allo studente di affrontare il progetto di artefatti e/o sistemi di artefatti complessi nell'ambito del Multimedia Design e nello specifico dell'Editoria Multimediale, del Videomaking, delle Realtà Immersive e Aumentate a servizio dei beni culturali. Il laboratorio intende offrire stimoli di metodo e riflessioni sulle nuove tecniche della comunicazione visiva, fornire conoscenze sui linguaggi, sulla pianificazione strategica e sulle tecniche della comunicazione multimediale e interattiva, negli ambiti suddetti. Da un lato, dunque, verrà offerta una visione dello stato dell'arte e delle prospettive sulle sperimentazioni più avanzate nell'Editoria Multimediale, nella progettazione di Video e di Realtà Immersive e Aumentate, dall'altro si forniranno competenze più avanzate inerenti l'interaction design in ambienti virtuali. Al termine del Laboratorio lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare la creazione di uno o più progetti di comunicazione multimediale, dal concept alla realizzazione, passando per la pianificazione strategica. Il Laboratorio si compone di un modulo guida di "Multimedia Design", con una componente teorico/critica sulla cultura del progetto di Multimedia Design ed una componente applicativa sperimentale; e di un modulo "Ambienti immersivi" che ha l'obiettivo di aiutare gli studenti nello sviluppo di scenari esperienziali interattivi e multisensoriali. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali, attraverso esercitazioni, e mediante la prova finale.

**MULTIMEDIA DESIGN**

**OBIETTIVI SPECIFICI** Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito della cultura degli artefatti comunicativi multimediali e interattivi, fondata sulla relazione dinamica tra testi/segni e immagini. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici per conoscere e comprendere nonché elaborare progetti nell'ambito del Multimedia Design e nello specifico Editoria Multimediale, Video, Realtà Immersive e Aumentate. Il corso si propone di fornire agli studenti l'acquisizione dell'uso degli strumenti multimediali, tramite un percorso teorico e pratico, necessario per la progettazione/realizzazione degli oggetti di multimedia design e di promuovere un'attitudine al progetto trasversale adeguato alla contemporanea complessità delle esigenze di comunicazione e fruizione. Ambiti che si intrecciano con altre discipline e necessitano di conoscenze sia teoriche e critiche, che tecniche. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies significativi per i diversi fenomeni e contesti culturali che li hanno generati ed essere acquisiti strumenti multimediali applicativi.

Al termine del Laboratorio Integrato lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico-metodologico, la messa in campo di progetti di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito del Multimedia Design e nello specifico dell'Editoria Multimediale, dei Video, delle Realtà Immersive e Aumentate; dimostrare la padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi nonché essere in grado di comunicare quanto acquisito in modo efficace e innovativo. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame propriamente detta e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

**AMBIENTI IMMERSIVI OBIETTIVI SPECIFICI:** L'obiettivo del modulo è quello di fornire una conoscenza avanzata sui principi, sui metodi basilari e sulle tecniche per costruire prodotti interattivi a carattere virtuale in ambienti semi realistici. Ognuno di questi aspetti esaminati sarà presentato sia teoricamente che praticamente rispettivamente presentando una cornice di contesto teorica e un insieme degli strumenti richiesti per un'implementazione nel mondo reale. Il modulo ha l'obiettivo quindi di sviluppare l'utilizzo pratico di software come per esempio Unity, un engine per la creazione di spazi virtuali e ambienti immersivi. Saranno anche utilizzati strumenti quali sensori (per esempio kinect o rilevatori di movimento) e si introdurranno nozioni su piattaforme cloud. Al termine del modulo lo studente dovrà dimostrare la capacità di acquisire conoscenze ed esperienze, di valutarle e di rielaborarle ai fini della formazione di un giudizio autonomo e originale. In particolare, lo studente deve dimostrare abilità nella gestione autonoma e nella progettazione, consapevole delle problematiche associate ai nuovi contesti dell'Editoria Multimediale, dei Video, delle Realtà Immersive e Aumentate, con l'obiettivo di restituire soluzioni innovative e sostenibili, nonché di essere in grado di comunicarle in modo efficace e innovativo. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame propriamente detta e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI - L'obiettivo del modulo è quello di fornire una conoscenza avanzata sui principi, sui metodi basilari e sulle tecniche per costruire prodotti interattivi a carattere virtuale in ambienti semi realistici. Ognuno di questi aspetti esaminati sarà presentato sia teoricamente che praticamente rispettivamente presentando una cornice di contesto teorica e un insieme degli strumenti richiesti per un'implementazione nel mondo reale. Il modulo ha l'obiettivo quindi di sviluppare l'utilizzo pratico di software come per esempio Unity, un engine per la creazione di spazi virtuali e ambienti immersivi. Saranno anche utilizzati strumenti quali sensori (per esempio kinect o rilevatori di movimento) e si introdurranno nozioni su piattaforme cloud. Al termine del modulo lo studente dovrà dimostrare la capacità di acquisire conoscenze ed esperienze, di valutarle e di rielaborarle ai fini della formazione di un giudizio autonomo e originale. In particolare, lo studente deve dimostrare abilità nella gestione autonoma e nella progettazione, consapevole delle problematiche associate ai nuovi contesti dell'Editoria Multimediale, dei Video, delle Realtà Immersive e Aumentate, con l'obiettivo di restituire soluzioni innovative e sostenibili, nonché di essere in grado di comunicarle in modo efficace e innovativo. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame propriamente detta e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

MULTIMEDIA DESIGN

2°

6

ENG

**Obiettivi formativi**

OBIETTIVI SPECIFICI - Il Modulo ha l'obiettivo principale di far acquisire allo studente conoscenze specifiche nell'ambito della cultura degli artefatti comunicativi multimediali e interattivi, fondata sulla relazione dinamica tra testi/segni e immagini. Il corso dovrà pertanto fornire gli strumenti metodologici per conoscere e comprendere nonché elaborare progetti nell'ambito del Multimedia Design e nello specifico Editoria Multimediale, Video, Realtà Immersive e Aumentate. Il corso si propone di fornire agli studenti l'acquisizione dell'uso degli strumenti multimediali, tramite un percorso teorico e pratico, necessario per la progettazione/realizzazione degli oggetti di multimedia design e di promuovere un'attitudine al progetto trasversale adeguato alla contemporanea complessità delle esigenze di comunicazione e fruizione. Ambiti che si intrecciano con altre discipline e necessitano di conoscenze sia teoriche e critiche, che tecniche. Per raggiungere tale obiettivo dovranno essere analizzati case studies significativi per i diversi fenomeni e contesti culturali che li hanno generati ed essere acquisiti strumenti multimediali applicativi.

Al termine del Laboratorio Integrato lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico-metodologico, la messa in campo di progetti di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito del Multimedia Design e nello specifico dell'Editoria Multimediale, dei Video, delle Realtà Immersive e Aumentate; dimostrare la padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi nonché essere in grado di comunicare quanto acquisito in modo efficace e innovativo. La verifica delle conoscenze sarà operata, inoltre, attraverso la prova di esame propriamente detta e attraverso esercitazioni e prove in itinere.

1st optional group

**2° anno****Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua**

10616103 |

INFORMATION DESIGN  
STUDIO

1°

9

ENG

**Obiettivi formativi**

Il modulo si occupa di fornire conoscenze e favorire l'apprendimento di metodi e tecniche di raccolta, elaborazione, interpretazione ed organizzazione dei dati a fini comunicativi attraverso lo sviluppo di progetti visuali. Il percorso previsto dall'insegnamento mira a fornire agli studenti gli strumenti per elaborare capacità critiche di approccio ai dati attraverso due modalità di apprendimento: una modalità frontale basata su contributi teorici specifici (lezioni frontali, coinvolgimento di esperti esterni, approfondimenti bibliografici e di ricerca) e una modalità pratica basata su esercitazioni progettuali ed attività sperimentali. L'obiettivo del modulo è, pertanto, l'acquisizione da parte degli studenti di capacità critiche ed operative rispetto alle conoscenze teorico-metodologiche, tecniche e progettuali, la loro messa in pratica attraverso proposte di tipo grafico-visuale che prevedano l'applicazione in modo efficace ed innovativo degli strumenti di comunicazione propri dell'ambito della rappresentazione e lo sviluppo di nuove forme di linguaggio visuale.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
DATA RESEARCH AND STORYTELLING	1°	3	ENG

#### Obiettivi formativi

Il modulo si occupa prevalentemente dell'analisi critica e della progettazione di narrazioni visive a partire da dati e informazioni, applicando i modelli narrativi provenienti dalla tradizione sociologica, quali la struttura circolare del viaggio dell'eroe (Campbell, 1984) e Vogler, 1999), la caratterizzazione dei personaggi attraverso gli archetipi e i tipi psicologici fondamentali della narrazione (Durand,1972; Jung, 1947; Pearson, 1990), nonché i capi saldi del racconto, le funzioni e le strutture narrative (Barthes, 1966; Todorov,1969). Attraverso questo modulo, gli studenti acquisiranno conoscenze e abilità per svolgere un'analisi critica delle narrazioni visive, anche di tipo crossmediale e transmediale, e saranno in grado di applicare le regole alla base della progettazione contenutistica della narrazione visiva nel momento in cui devono visualizzare i data o raccontarli all'interno di una struttura narrativa interpretativa. Per tale ragione, i due moduli di cui è composto il corso viaggiano in parallelo per fornire competenze di progettazione visiva nel campo dell'Information Design offrendo conoscenze e abilità per la ricerca, ideazione e validazione di artefatti comunicativi infografici complessi. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali attraverso lo sviluppo di project work tematici e di durata semestrale.

DATA VISUALIZATION	1°	6	ENG
--------------------	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Il modulo si occupa di fornire conoscenze e favorire l'apprendimento di metodi e tecniche di raccolta, elaborazione, interpretazione ed organizzazione dei dati a fini comunicativi attraverso lo sviluppo di progetti visuali. Il percorso previsto dall'insegnamento mira a fornire agli studenti gli strumenti per elaborare capacità critiche di approccio ai dati attraverso due modalità di apprendimento: una modalità frontale basata su contributi teorici specifici (lezioni frontali, coinvolgimento di esperti esterni, approfondimenti bibliografici e di ricerca) e una modalità pratica basata su esercitazioni progettuali ed attività sperimentali. L'obiettivo del modulo è, pertanto, l'acquisizione da parte degli studenti di capacità critiche ed operative rispetto alle conoscenze teorico-metodologiche, tecniche e progettuali, la loro messa in pratica attraverso proposte di tipo grafico-visuale che prevedano l'applicazione in modo efficace ed innovativo degli strumenti di comunicazione propri dell'ambito della rappresentazione e lo sviluppo di nuove forme di linguaggio visuale.

10616080   COMPUTER GRAPHICS AND GAMING STUDIO	1°	9	ENG
--	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Il Laboratorio integrato di Computer Grafica e Gaming, in coerenza con gli obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale intende fornire strumenti teorico/critici e tecnici per consentire allo studente di affrontare il progetto di prodotti complessi nell'ambito della computer grafica e del gaming nello specifico per i nuovi contesti digitali, per le animazioni, per settori dell'entertainment e per le applicazioni alternative di soluzioni di gamification.

Il laboratorio intende offrire stimoli di metodo e riflessioni sulle nuove tecniche della comunicazione visiva, fornire conoscenze sui linguaggi, sulla pianificazione strategica e sulle tecniche della comunicazione interattiva in diversi ambiti di applicazione. Preliminarmente il corso prevede un inquadramento generale dello stato dell'arte e delle prospettive sulle sperimentazioni contemporanee nell'ambito della computer grafica, in seguito si propongono attività di sperimentazione progettuale di sintesi. Il Laboratorio si compone di un modulo guida di Computer Grafica e Gaming e di un modulo di approfondimento di Interaction Design che ha l'obiettivo di indagare i diversi possibili livelli d'interazione tra utenti e sistemi sociotecnici.

INTERACTION DESIGN	1°	3	ENG
--------------------	----	---	-----

**Insegnamento****Semestre****CFU****Lingua****Obiettivi formativi**

L'obiettivo del modulo di Interaction Design è quello di fornire un'introduzione sui principi, sui metodi basilari e sulle tecniche per costruire prodotti interattivi a carattere virtuale. Ognuno di questi aspetti esaminati sarà presentato sia teoricamente che praticamente rispettivamente presentando una cornice di contesto teorica e un insieme degli strumenti richiesti per un'implementazione nel mondo reale. Il corso ha l'obiettivo quindi di sviluppare le competenze di utilizzo di software specifici. Il corso intende quindi fornire un'introduzione alla computazione e alla programmazione. In particolare il corso si focalizza sullo studio di smart objects in grado di muoversi autonomamente e in maniera flessibile attraverso un approccio di "decision making" che include particolari tecniche per l'ottimizzazione delle fasi di progettazione e produzione.

**COMPUTER GRAPHICS  
AND GAMING**

1°

6

ENG

**Obiettivi formativi**

L'obiettivo del modulo di Computer Graphics e Gaming è fornire gli strumenti di base ed avanzati per realizzare un prodotto di Game Design.

Dal punto di vista dell'organizzazione del lavoro è importante comprendere come viene strutturato uno story telling e uno story board, che sono la parte portante del progetto di Game Design. Dal punto di vista degli strumenti, sono indicate delle procedure di base ed avanzate per modellare in 3D oggetti che appartengono al paesaggio urbano e rurale, e che fanno parte dell'ambientazione in cui si inserisce il progetto di Game Design.

**Elective course**

2°

9

ENG

**Obiettivi formativi**

Tali materie (9 CFU) possono essere scelte autonomamente dello studente, purché siano coerenti con il percorso formativo.

In particolare i crediti possono essere acquisiti sostenendo uno o più esami:

- nei Corsi di Laurea Magistrale e Triennale di tutte le Facoltà dell'Ateneo;
- in eventuali corsi specificamente attivati dai Corsi di Laurea Magistrale in Design (definiti per ciascun anno accademico);
- nell'ambito del programma Erasmus;

Il Comitato di coordinamento elaborerà annualmente una lista di insegnamenti suggeriti per il Corso di Laurea. La scelta di un insegnamento tra questi semplifica la procedura di accettazione del "Percorso formativo" che risulterebbe preapprovato..

Le materie a scelta possono essere sostenute già a partire dal 1° semestre del 1° anno.

**AAF1517 | FURTHER  
LEARNING WORK AND  
TRAINING**

2°

9

ENG

**Obiettivi formativi**

Le altre attività utili per l'inserimento nel mondo del lavoro dello studente di DCVM contemplano Stage, Workshop, Seminari e Conferenze organizzate dal Consiglio di Corso di Studi per il totale delle ore previste dal manifesto degli studi.

**AAF2421 | THESIS  
WORK**

2°

15

ENG

**Obiettivi formativi**

La prova finale del Corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, che costituisce il completamento e la verifica delle conoscenze acquisite, consiste nella presentazione di una tesi elaborata dallo studente secondo requisiti di originalità, sotto la guida di un relatore. Questa dovrà essere connotata da un profilo prossimo alla ricerca avente pertanto caratteri di sperimentazione che potranno approfondire aspetti progettuali-esecutivi oppure teorici e metodologici.

Insegnamento	Semestre	CFU	Lingua
2nd optional group			

## Gruppi opzionali

Lo studente deve acquisire 9 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616779   LABORATORIO DI PERFORMANCE DESIGN	1°	2°	9	ITA
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p>Il Corso di Performance Design mira a fornire formazione professionale specializzata per una carriera nella progettazione per il palcoscenico e le arti performative e installative. Il corso è stato rivisto tenendo conto degli ultimi sviluppi dell'industria e viene insegnato durante un semestre attraverso una combinazione di progetti e lavoro di produzione. I workshop permetteranno di acquisire conoscenze pratiche e abilità tecniche esplorando opportunità di collaborazione creativa all'interno del corso beneficiando dell'apprendimento condiviso, della conoscenza e dello scambio di competenze con altri creativi post-laurea e non. Mira a creare un valido portfolio professionale di progetti e lavori di design realizzati. Il corso è costituito da un modulo di progettazione dell'esperienza scenica e da un secondo modulo di analisi del movimento spaziale. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di aver acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché competenze che gli consentano di supportare, dal punto di vista teorico-metodologico e tecnico, progetti multimediali da utilizzare nell'ambito di installazioni, arti dello spettacolo. La verifica delle conoscenze sarà effettuata attraverso esercizi svolti durante il corso e l'esame stesso.</p>				
ANALISI DEL COMPORTAMENT O	1°	2°	3	ITA
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p>OBIETTIVI SPECIFICI: Il corso ha l'obiettivo di familiarizzare gli studenti con le basi psicologiche del comportamento spaziale e con l'applicazione di tali conoscenze alla progettazione di sistemi e ambienti. In particolare, il corso affronterà gli aspetti critici dell'attenzione (selezione, focalizzazione, divisione e mantenimento) con particolare riferimento alle loro implicazioni nella progettazione di dispositivi e ambienti. Ampio spazio verrà dato alla tematica del visual search, vale a dire la scansione visiva dell'ambiente orientata a individuare un particolare target tra stimoli irrilevanti o distrattori, come pure alla progettazione di sistemi complessi che non producano ingombro in grado di ostacolare la focalizzazione dell'attenzione. Il comportamento spaziale verrà affrontato nell'ambito generale dei fattori umani e dell'ergonomia (principio di prossimità-compatibilità, rappresentazione dello spazio 2D e 3D, visualizzazione, navigazione, wayfinding).</p>				
PERFORMANCE DESIGN	1°	2°	6	ITA
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p>Il Corso di Performance Design mira a fornire formazione professionale specializzata per una carriera nella progettazione per il palcoscenico e le arti performative e installative. Il corso è stato rivisto tenendo conto degli ultimi sviluppi dell'industria e viene insegnato durante un semestre attraverso una combinazione di progetti e lavoro di produzione. I workshop permetteranno di acquisire conoscenze pratiche e abilità tecniche esplorando opportunità di collaborazione creativa all'interno del corso beneficiando dell'apprendimento condiviso, della conoscenza e dello scambio di competenze con altri creativi post-laurea e non. Mira a creare un valido portfolio professionale di progetti e lavori di design realizzati. Il corso è costituito da un modulo di progettazione dell'esperienza scenica e da un secondo modulo di analisi del movimento spaziale. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di aver acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché competenze che gli consentano di supportare, dal punto di vista teorico-metodologico e tecnico, progetti multimediali da utilizzare nell'ambito di installazioni, arti dello spettacolo. La verifica delle conoscenze sarà effettuata attraverso esercizi svolti durante il corso e l'esame stesso.</p>				

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616075   LABORATORIO DI EXHIBIT E SPATIAL DESIGN	1°	2°	9	ITA

#### Obiettivi formativi

**OBIETTIVI SPECIFICI** Obiettivo del modulo è quello di trasferire allo studente gli strumenti metodologici, critici ed operativi per comprendere le questioni fondamentali relative al progetto di allestimento degli spazi a fruizione pubblica dal punto di vista morfologico, tecnologico e funzionale. Tale obiettivo è perseguito simulando uno o più esperienze progettuali sul tema degli allestimenti temporanei, che procedano dall'ideazione concettuale alla elaborazione compositiva tecnico-esecutiva, al disegno del percorso espositivo e degli elementi che lo compongono, rendendo lo studente consapevole della complessità dell'iter progettuale come processo non lineare. Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico-metodologico, la messa in campo di progetti di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito dell'Exhibit Design, nonché padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi, legati alla ideazione e fattibilità di artefatti e/o sistemi di artefatti per l'allestimento temporaneo in ambito pubblico. La verifica delle conoscenze sarà operata attraverso la sperimentazione progettuale condotta durante il corso, attraverso prove in itinere e la prova di esame propriamente detta.

RAPPRESENTAZIONE CULTURA VISUALE	1°	2°	3	ITA
--	----	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

**OBIETTIVI SPECIFICI:** Il corso si pone l'obiettivo di analizzare strumenti teorico-critici ed esempi storici concernenti la creazione dello spazio per la scena, per consentire allo studente di avere dimestichezza con contenuti, di vario genere, provenienti dall'ambito delle performing arts. In particolare verranno esaminate differenti esemplificazioni visuali, cinematografiche, figurative, acustiche, architettoniche, sociologiche, antropologiche, linguistiche, letterarie che si intrecciano nella spazializzazione della scena e che ricorrono nella nuova musealità. Si affronteranno tematiche legate alla scrittura scenica, alla drammaturgia di confine, all'adozione di soluzioni derivanti da modelli rituali ed evenemenziali, al perimetro teorico che contempla l'oltrepassamento dell'arte e dell'estetica in direzione dell'esperienza, attraverso paradigmi significativi. Anche la musealità contemporanea, questa la lettura proposta nel corso, fa ampio utilizzo di codici e linguaggi di derivazione performativa in sede di creazione dello spazio e non solo. Una museologia, quella del nuovo museo, che verrà indagata in quanto depositaria di strumenti e di pratiche affini alla scena e alla sua fruizione da parte del pubblico. Lo studente potrà infine essere quindi in grado di discernere gli elementi costitutivi che sono alla base dell'idea di spazio per la scena e per l'allestimento museale contemporaneo sia all'interno dell'evoluzione storica, sia del momento presente. Tali capacità sono oggetto di verifica nella prova finale.

EXHIBIT E SPATIAL DESIGN	1°	2°	6	ITA
-----------------------------	----	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

**OBIETTIVI SPECIFICI** Obiettivo del modulo è quello di trasferire allo studente gli strumenti metodologici, critici ed operativi per comprendere le questioni fondamentali relative al progetto di allestimento degli spazi a fruizione pubblica dal punto di vista morfologico, tecnologico e funzionale. Tale obiettivo è perseguito simulando uno o più esperienze progettuali sul tema degli allestimenti temporanei, che procedano dall'ideazione concettuale alla elaborazione compositiva tecnico-esecutiva, al disegno del percorso espositivo e degli elementi che lo compongono, rendendo lo studente consapevole della complessità dell'iter progettuale come processo non lineare. Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico-metodologico, la messa in campo di progetti di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito dell'Exhibit Design, nonché padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi, legati alla ideazione e fattibilità di artefatti e/o sistemi di artefatti per l'allestimento temporaneo in ambito pubblico. La verifica delle conoscenze sarà operata attraverso la sperimentazione progettuale condotta durante il corso, attraverso prove in itinere e la prova di esame propriamente detta.

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10605897   LABORATORIO DI DESIGN PER L'EDUCAZIONE DIGITALE	2°	1°	9	ITA

#### Obiettivi formativi

Il modulo di "Design per l'apprendimento" – sperimentale/critico – si concentra sulla capacità progettuale – strategica, operativa educativa del Design – nei confronti del progetto dell'artefatto educativo. L'insegnamento, da una parte, offrirà gli strumenti di ricerca e di pensiero propri del design – attingendo dalle discipline della UX Research, Service Design, Design Thinking e Instructional Design sino alla Design Education – dall'altra parte, la conoscenza ed applicazione dei corretti principi di design – agganciandosi all'Universal Design for Learning e declinati a seconda della tipologia specifica di artefatto – in relazione agli obiettivi educativi ed alle metodologie di apprendimento scelte. Lo studente acquisirà, pertanto, i metodi e gli strumenti necessari dell'artefatto comunicativo di design per l'apprendimento. Per tale ragione, i due moduli di cui è composto il corso viaggiano in parallelo per fornire competenze di progettazione mediale nel settore dell'educazione offrendo conoscenze e abilità fattuali, concettuali, procedurali e metacognitive per la ricerca, ideazione, sperimentazione e validazione di un artefatto comunicativo educativo complesso. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali attraverso lo sviluppo di un project work tematico e di durata semestrale.

DESIGN PER L'APPRENDIMENT O	2°	1°	3	ITA
-----------------------------------	----	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Il modulo di "Design per l'apprendimento" – sperimentale/critico – si concentra sulla capacità progettuale – strategica, operativa educativa del Design – nei confronti del progetto dell'artefatto educativo. L'insegnamento, da una parte, offrirà gli strumenti di ricerca e di pensiero propri del design – attingendo dalle discipline della UX Research, Service Design, Design Thinking e Instructional Design sino alla Design Education – dall'altra parte, la conoscenza ed applicazione dei corretti principi di design – agganciandosi all'Universal Design for Learning e declinati a seconda della tipologia specifica di artefatto – in relazione agli obiettivi educativi ed alle metodologie di apprendimento scelte. Lo studente acquisirà, pertanto, i metodi e gli strumenti necessari dell'artefatto comunicativo di design per l'apprendimento. Per tale ragione, i due moduli di cui è composto il corso viaggiano in parallelo per fornire competenze di progettazione mediale nel settore dell'educazione offrendo conoscenze e abilità fattuali, concettuali, procedurali e metacognitive per la ricerca, ideazione, sperimentazione e validazione di un artefatto comunicativo educativo complesso. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali attraverso lo sviluppo di un project work tematico e di durata semestrale.

DIGITAL EDUCATION	2°	1°	6	ITA
----------------------	----	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

Il modulo di "Digital Education" – teorico/critico – si focalizza sulle strategie, gli strumenti e le azioni di progetto rivolti all'individuazione dei fabbisogni formativi, sociali, culturali e educativi di partenza, dalla disponibilità delle risorse del contesto educativo di riferimento, nonché dagli obiettivi educativi o didattici alla base del processo fino ad arrivare alla progettazione degli strumenti e delle metodologie didattiche innovative della sperimentazione sociale e della valutazione dell'efficacia del processo educativo innescato. Lo studente dovrà acquisire conoscenze di tipo culturale, sociologico e normativo, nonché semantico sui significati e i contesti di applicazione e di ricerca sociale della Digital Literacy e della Digital Education, con particolare riferimento ai framework internazionali sulla sistematizzazione e applicazione delle competenze digitali del cittadino, evidenziandone dimensioni, indicatori, descrittori, livelli di proficiency ed esempi applicativi. Lo studente acquisirà altresì abilità e competenze sulla progettazione di processi media educativi che definiscono e orientano la prototipazione e sperimentazione di artefatti mediali nel campo del design.

10616081   LABORATORIO DI EDUCAZIONE PER IL PATRIMONIO CULTURALE	2°	1°	9	ITA
--	----	----	---	-----

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p><b>EDUCAZIONE PER IL PATRIMONIO CULTURALE</b>  <b>OBIETTIVI SPECIFICI</b> - Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti le principali direttrici metodologiche nel campo della progettazione educativa per il patrimonio e di fornire conoscenze circa la costruzione e l'uso di principali strumenti per la rilevazione dei dati. In particolare, gli obiettivi specifici che verranno affrontati durante il corso sono i seguenti: acquisire fondamenti teorici e metodologici dell'indagine empirica e sperimentale in campo educativo per il patrimonio culturale; individuare e utilizzare i principali strumenti di raccolta dati nel contesto di educazione al patrimonio; formulare progetti di ricerca in ambito educativo rispondenti ai bisogni educativi di un contesto culturale dato. Il corso prevede l'analisi e l'approfondimento di particolari best practices nel campo dell'educazione al patrimonio e della sua valorizzazione, provenienti da diversi contesti nazionali e internazionali, al fine di sollecitare negli studenti la disponibilità ad esplorare le prospettive della ricerca in campo di fruizione del patrimonio. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di saper applicare i concetti teorici per progettare interventi educativi e di valorizzazione in contesti di patrimonio materiale e immateriale, nonché individuare le metodologie didattiche più coerenti con il contesto educativo di riferimento, assieme a conoscere e comprendere in modo critico le dinamiche della progettazione educativa e della valutazione per il patrimonio culturale. La verifica dell'apprendimento sarà operata tramite una prova di valutazione scritta caratterizzata da domande a stimolo chiuso e risposta chiusa.</p>				
REALTA' AUMENTATA E REALTA' VIRTUALE	2°	1°	3	ITA
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p><b>REALTA' AUMENTATA E REALTA' VIRTUALE - OBIETTIVI SPECIFICI</b>  Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti la conoscenza e l'uso di principali strumenti per la rilevazione dei dati, la valorizzazione e la fruizione del patrimonio artistico materiale e immateriale quali l'Object-Based Learning, il Digital Storytelling e l'uso della Realtà Aumentata, Immersiva e Virtuale. Particolare attenzione sarà data all'analisi delle categorie di pubblico e del contesto, al fine di identificare le modalità per attivare percorsi educativi, di valorizzazione e di fruizione del patrimonio il più possibile personalizzati rispetto alle caratteristiche educative, sociali, personali e culturali degli utenti destinatari delle azioni. Il corso prevede l'analisi e l'approfondimento di particolari best practices nel campo dell'educazione al patrimonio e della sua valorizzazione, provenienti da diversi contesti nazionali e internazionali, al fine di sollecitare negli studenti la disponibilità ad esplorare le prospettive della ricerca in campo di fruizione del patrimonio. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di saper applicare i concetti teorici per progettare interventi educativi e di valorizzazione in contesti di patrimonio materiale e immateriale, nonché individuare le metodologie didattiche più coerenti con il contesto educativo di riferimento, assieme a conoscere e comprendere in modo critico le dinamiche della progettazione educativa e della valutazione per il patrimonio culturale. La verifica dell'apprendimento sarà operata tramite una prova di valutazione scritta caratterizzata da domande a stimolo chiuso e risposta chiusa.</p>				
EDUCAZIONE PER IL PATRIMONIO CULTURALE	2°	1°	6	ITA

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
<b>Obiettivi formativi</b>				
EDUCAZIONE PER IL PATRIMONIO CULTURALE				
<p>OBIETTIVI SPECIFICI - Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti le principali direttrici metodologiche nel campo della progettazione educativa per il patrimonio e di fornire conoscenze circa la costruzione e l'uso di principali strumenti per la rilevazione dei dati. In particolare, gli obiettivi specifici che verranno affrontati durante il corso sono i seguenti: acquisire fondamenti teorici e metodologici dell'indagine empirica e sperimentale in campo educativo per il patrimonio culturale; individuare e utilizzare i principali strumenti di raccolta dati nel contesto di educazione al patrimonio; formulare progetti di ricerca in ambito educativo rispondenti ai bisogni educativi di un contesto culturale dato. Il corso prevede l'analisi e l'approfondimento di particolari best practices nel campo dell'educazione al patrimonio e della sua valorizzazione, provenienti da diversi contesti nazionali e internazionali, al fine di sollecitare negli studenti la disponibilità ad esplorare le prospettive della ricerca in campo di fruizione del patrimonio. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di saper applicare i concetti teorici per progettare interventi educativi e di valorizzazione in contesti di patrimonio materiale e immateriale, nonché individuare le metodologie didattiche più coerenti con il contesto educativo di riferimento, assieme a conoscere e comprendere in modo critico le dinamiche della progettazione educativa e della valutazione per il patrimonio culturale. La verifica dell'apprendimento sarà operata tramite una prova di valutazione scritta caratterizzata da domande a stimolo chiuso e risposta chiusa.</p>				

Lo studente deve acquisire 9 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10616068   PERFORMANCE DESIGN STUDIO	1°	2°	9	ENG
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p>Il Corso di Performance Design mira a fornire formazione professionale specializzata per una carriera nella progettazione per il palcoscenico e le arti performative e installative. Il corso è stato rivisto tenendo conto degli ultimi sviluppi dell'industria e viene insegnato durante un semestre attraverso una combinazione di progetti e lavoro di produzione. I workshop permetteranno di acquisire conoscenze pratiche e abilità tecniche esplorando opportunità di collaborazione creativa all'interno del corso beneficiando dell'apprendimento condiviso, della conoscenza e dello scambio di competenze con altri creativi post-laurea e non. Mira a creare un valido portfolio professionale di progetti e lavori di design realizzati. Il corso è costituito da un modulo di progettazione dell'esperienza scenica e da un secondo modulo di analisi del movimento spaziale. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di aver acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché competenze che gli consentano di supportare, dal punto di vista teorico-metodologico e tecnico, progetti multimediali da utilizzare nell'ambito di installazioni, arti dello spettacolo. La verifica delle conoscenze sarà effettuata attraverso esercizi svolti durante il corso e l'esame stesso.</p>				
BEHAVIOUR ANALYSIS	1°	2°	3	ENG
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p>OBIETTIVI SPECIFICI: Il corso ha l'obiettivo di familiarizzare gli studenti con le basi psicologiche del comportamento spaziale e con l'applicazione di tali conoscenze alla progettazione di sistemi e ambienti. In particolare, il corso affronterà gli aspetti critici dell'attenzione (selezione, focalizzazione, divisione e mantenimento) con particolare riferimento alle loro implicazioni nella progettazione di dispositivi e ambienti. Ampio spazio verrà dato alla tematica del visual search, vale a dire la scansione visiva dell'ambiente orientata a individuare un particolare target tra stimoli irrilevanti o distrattori, come pure alla progettazione di sistemi complessi che non producano ingombro in grado di ostacolare la focalizzazione dell'attenzione. Il comportamento spaziale verrà affrontato nell'ambito generale dei fattori umani e dell'ergonomia (principio di prossimità-compatibilità, rappresentazione dello spazio 2D e 3D, visualizzazione, navigazione, wayfinding).</p>				
PERFORMANCE DESIGN	1°	2°	6	ENG

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
--------------	------	----------	-----	--------

**Obiettivi formativi**

Il Corso di Performance Design mira a fornire formazione professionale specializzata per una carriera nella progettazione per il palcoscenico e le arti performative e installative. Il corso è stato rivisto tenendo conto degli ultimi sviluppi dell'industria e viene insegnato durante un semestre attraverso una combinazione di progetti e lavoro di produzione. I workshop permetteranno di acquisire conoscenze pratiche e abilità tecniche esplorando opportunità di collaborazione creativa all'interno del corso beneficiando dell'apprendimento condiviso, della conoscenza e dello scambio di competenze con altri creativi post-laurea e non. Mira a creare un valido portfolio professionale di progetti e lavori di design realizzati. Il corso è costituito da un modulo di progettazione dell'esperienza scenica e da un secondo modulo di analisi del movimento spaziale. Al termine del corso lo studente dovrà dimostrare di aver acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché competenze che gli consentano di supportare, dal punto di vista teorico-metodologico e tecnico, progetti multimediali da utilizzare nell'ambito di installazioni, arti dello spettacolo. La verifica delle conoscenze sarà effettuata attraverso esercizi svolti durante il corso e l'esame stesso.

10616078   EXHIBIT DESIGN AND SPATIAL STUDIO	1°	2°	9	ENG
---	----	----	---	-----

**Obiettivi formativi**

SPAZIO SCENICO E MUSEALE OBIETTIVI SPECIFICI: Il corso si pone l'obiettivo di analizzare strumenti teorico-critici ed esempi storici concernenti la creazione dello spazio per la scena, per consentire allo studente di avere dimestichezza con contenuti, di vario genere, provenienti dall'ambito delle performing arts. In particolare verranno esaminate differenti esemplificazioni visuali, cinematografiche, figurative, acustiche, architettoniche, sociologiche, antropologiche, linguistiche, letterarie che si intrecciano nella spazializzazione della scena e che ricorrono nella nuova musealità. Si affronteranno tematiche legate alla scrittura scenica, alla drammaturgia di confine, all'adozione di soluzioni derivanti da modelli rituali ed evenemenziali, al perimetro teorico che contempla l'oltrepassamento dell'arte e dell'estetica in direzione dell'esperienza, attraverso paradigmi significativi. Anche la musealità contemporanea, questa la lettura proposta nel corso, fa ampio utilizzo di codici e linguaggi di derivazione performativa in sede di creazione dello spazio e non solo. Una museologia, quella del nuovo museo, che verrà indagata in quanto depositaria di strumenti e di pratiche affini alla scena e alla sua fruizione da parte del pubblico. Lo studente potrà infine essere quindi in grado di discernere gli elementi costitutivi che sono alla base dell'idea di spazio per la scena e per l'allestimento museale contemporaneo sia all'interno dell'evoluzione storica, sia del momento presente. Tali capacità sono oggetto di verifica nella prova finale.

SCENIC AND MUSEUM SPACE	1°	2°	3	ENG
----------------------------	----	----	---	-----

**Obiettivi formativi**

SPAZIO SCENICO E MUSEALE OBIETTIVI SPECIFICI: Il corso si pone l'obiettivo di analizzare strumenti teorico-critici ed esempi storici concernenti la creazione dello spazio per la scena, per consentire allo studente di avere dimestichezza con contenuti, di vario genere, provenienti dall'ambito delle performing arts. In particolare verranno esaminate differenti esemplificazioni visuali, cinematografiche, figurative, acustiche, architettoniche, sociologiche, antropologiche, linguistiche, letterarie che si intrecciano nella spazializzazione della scena e che ricorrono nella nuova musealità. Si affronteranno tematiche legate alla scrittura scenica, alla drammaturgia di confine, all'adozione di soluzioni derivanti da modelli rituali ed evenemenziali, al perimetro teorico che contempla l'oltrepassamento dell'arte e dell'estetica in direzione dell'esperienza, attraverso paradigmi significativi. Anche la musealità contemporanea, questa la lettura proposta nel corso, fa ampio utilizzo di codici e linguaggi di derivazione performativa in sede di creazione dello spazio e non solo. Una museologia, quella del nuovo museo, che verrà indagata in quanto depositaria di strumenti e di pratiche affini alla scena e alla sua fruizione da parte del pubblico. Lo studente potrà infine essere quindi in grado di discernere gli elementi costitutivi che sono alla base dell'idea di spazio per la scena e per l'allestimento museale contemporaneo sia all'interno dell'evoluzione storica, sia del momento presente. Tali capacità sono oggetto di verifica nella prova finale.

EXHIBIT AND SPATIAL DESIGN	1°	2°	6	ENG
-------------------------------	----	----	---	-----

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
<b>Obiettivi formativi</b>				
EXHIBIT DESIGN - OBIETTIVI SPECIFICI				
<p>Obiettivo del modulo è quello di trasferire allo studente gli strumenti metodologici, critici ed operativi per comprendere le questioni fondamentali relative al progetto di allestimento degli spazi a fruizione pubblica dal punto di vista morfologico, tecnologico e funzionale. Tale obiettivo è perseguito simulando uno o più esperienze progettuali sul tema degli allestimenti temporanei, che procedano dall'ideazione concettuale alla elaborazione compositiva tecnico-esecutiva, al disegno del percorso espositivo e degli elementi che lo compongono, rendendo lo studente consapevole della complessità dell'iter progettuale come processo non lineare. Al termine dell'insegnamento lo studente dovrà avere acquisito conoscenze e capacità di comprensione, nonché abilità che consentano di supportare, sotto il profilo teorico-metodologico, la messa in campo di progetti di artefatti e/o sistemi di artefatti nell'ambito dell'Exhibit Design, nonché padronanza di un approccio sperimentale e analitico-progettuale integrato per la finalizzazione delle conoscenze e della capacità di comprensione acquisite, per risolvere problemi complessi, legati alla ideazione e fattibilità di artefatti e/o sistemi di artefatti per l'allestimento temporaneo in ambito pubblico. La verifica delle conoscenze sarà operata attraverso la sperimentazione progettuale condotta durante il corso, attraverso prove in itinere e la prova di esame propriamente detta.</p>				

Lo studente deve acquisire 9 CFU fra i seguenti esami

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
10605956   DESIGN FOR DIGITAL EDUCATION STUDIO	2°	1°	9	ENG
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p>DESIGN PER L'APPRENDIMENTO Il modulo di "Design per l'apprendimento" – sperimentale/critico – si concentra sulla capacità progettuale – strategica, operativa educativa del Design – nei confronti del progetto dell'artefatto educativo. L'insegnamento, da una parte, offrirà gli strumenti di ricerca e di pensiero propri del design – attingendo dalle discipline della UX Research, Service Design, Design Thinking e Instructional Design sino alla Design Education – dall'altra parte, la conoscenza ed applicazione dei corretti principi di design – agganciandosi all'Universal Design for Learning e declinati a seconda della tipologia specifica di artefatto – in relazione agli obiettivi educativi ed alle metodologie di apprendimento scelte. Lo studente acquisirà, pertanto, i metodi e gli strumenti necessari dell'artefatto comunicativo di design per l'apprendimento. Per tale ragione, i due moduli di cui è composto il corso viaggiano in parallelo per fornire competenze di progettazione mediale nel settore dell'educazione offrendo conoscenze e abilità fattuali, concettuali, procedurali e metacognitive per la ricerca, ideazione, sperimentazione e validazione di un artefatto comunicativo educativo complesso. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali attraverso lo sviluppo di un project work tematico e di durata semestrale.</p>				
DESIGN FOR LEARNING	2°	1°	3	ITA
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p>DESIGN PER L'APPRENDIMENTO Il modulo di "Design per l'apprendimento" – sperimentale/critico – si concentra sulla capacità progettuale – strategica, operativa educativa del Design – nei confronti del progetto dell'artefatto educativo. L'insegnamento, da una parte, offrirà gli strumenti di ricerca e di pensiero propri del design – attingendo dalle discipline della UX Research, Service Design, Design Thinking e Instructional Design sino alla Design Education – dall'altra parte, la conoscenza ed applicazione dei corretti principi di design – agganciandosi all'Universal Design for Learning e declinati a seconda della tipologia specifica di artefatto – in relazione agli obiettivi educativi ed alle metodologie di apprendimento scelte. Lo studente acquisirà, pertanto, i metodi e gli strumenti necessari dell'artefatto comunicativo di design per l'apprendimento. Per tale ragione, i due moduli di cui è composto il corso viaggiano in parallelo per fornire competenze di progettazione mediale nel settore dell'educazione offrendo conoscenze e abilità fattuali, concettuali, procedurali e metacognitive per la ricerca, ideazione, sperimentazione e validazione di un artefatto comunicativo educativo complesso. Tali capacità saranno verificate nell'ambito delle attività sperimentali e progettuali attraverso lo sviluppo di un project work tematico e di durata semestrale.</p>				

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
DIGITAL EDUCATION	2°	1°	6	ENG

#### Obiettivi formativi

DIGITAL EDUCATION Il modulo di "Digital Education" – teorico/critico – si focalizza sulle strategie, gli strumenti e le azioni di progetto rivolti all'individuazione dei fabbisogni formativi, sociali, culturali e educativi di partenza, dalla disponibilità delle risorse del contesto educativo di riferimento, nonché dagli obiettivi educativi o didattici alla base del processo fino ad arrivare alla progettazione degli strumenti e delle metodologie didattiche innovative della sperimentazione sociale e della valutazione dell'efficacia del processo educativo innescato. Lo studente dovrà acquisire conoscenze di tipo culturale, sociologico e normativo, nonché semantico sui significati e i contesti di applicazione e di ricerca sociale della Digital Literacy e della Digital Education, con particolare riferimento ai framework internazionali sulla sistematizzazione e applicazione delle competenze digitali del cittadino, evidenziandone dimensioni, indicatori, descrittori, livelli di proficiency ed esempi applicativi. Lo studente acquisirà altresì abilità e competenze sulla progettazione di processi media educativi che definiscono e orientano la prototipazione e sperimentazione di artefatti mediali nel campo del design.

10605901   CULTURAL HERITAGE LITERACY STUDIO	2°	1°	9	ENG
--	----	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

OBIETTIVI SPECIFICI - Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti le principali direttrici metodologiche nel campo della progettazione educativa per il patrimonio e di fornire conoscenze circa la costruzione e l'uso di principali strumenti per la rilevazione dei dati. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di saper applicare i concetti teorici per progettare interventi educativi e di valorizzazione in contesti di patrimonio materiale e immateriale, nonché individuare le metodologie didattiche più coerenti con il contesto educativo di riferimento, assieme a conoscere e comprendere in modo critico le dinamiche della progettazione educativa e della valutazione per il patrimonio culturale. La verifica dell'apprendimento sarà operata tramite una prova di valutazione scritta caratterizzata da domande a stimolo chiuso e risposta chiusa.

AUGUMENTED REALITY AND VIRTUAL REALTY	2°	1°	3	ENG
---------------------------------------	----	----	---	-----

#### Obiettivi formativi

##### OBIETTIVI SPECIFICI

Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti la conoscenza e l'uso di principali strumenti per la rilevazione dei dati, la valorizzazione e la fruizione del patrimonio artistico materiale e immateriale quali l'Object-Based Learning, il Digital Storytelling e l'uso della Realtà Aumentata, Immersiva e Virtuale. Particolare attenzione sarà data all'analisi delle categorie di pubblico e del contesto, al fine di identificare le modalità per attivare percorsi educativi, di valorizzazione e di fruizione del patrimonio il più possibile personalizzati rispetto alle caratteristiche educative, sociali, personali e culturali degli utenti destinatari delle azioni. Il corso prevede l'analisi e l'approfondimento di particolari best practices nel campo dell'educazione al patrimonio e della sua valorizzazione, provenienti da diversi contesti nazionali e internazionali, al fine di sollecitare negli studenti la disponibilità ad esplorare le prospettive della ricerca in campo di fruizione del patrimonio. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di saper applicare i concetti teorici per progettare interventi educativi e di valorizzazione in contesti di patrimonio materiale e immateriale, nonché individuare le metodologie didattiche più coerenti con il contesto educativo di riferimento, assieme a conoscere e comprendere in modo critico le dinamiche della progettazione educativa e della valutazione per il patrimonio culturale. La verifica dell'apprendimento sarà operata tramite una prova di valutazione scritta caratterizzata da domande a stimolo chiuso e risposta chiusa.

CULTURAL HERITAGE LITERACY	2°	1°	6	ENG
----------------------------	----	----	---	-----

Insegnamento	Anno	Semestre	CFU	Lingua
<b>Obiettivi formativi</b>				
<p><b>EDUCAZIONE PER IL PATRIMONIO CULTURALE</b></p> <p><b>OBIETTIVI SPECIFICI</b> Il corso si pone l'obiettivo di fornire agli studenti le principali direttrici metodologiche nel campo della progettazione educativa per il patrimonio e di fornire conoscenze circa la costruzione e l'uso di principali strumenti per la rilevazione dei dati. In particolare, gli obiettivi specifici che verranno affrontati durante il corso sono i seguenti: acquisire fondamenti teorici e metodologici dell'indagine empirica e sperimentale in campo educativo per il patrimonio culturale; individuare e utilizzare i principali strumenti di raccolta dati nel contesto di educazione al patrimonio; formulare progetti di ricerca in ambito educativo rispondenti ai bisogni educativi di un contesto culturale dato. Il corso prevede l'analisi e l'approfondimento di particolari best practices nel campo dell'educazione al patrimonio e della sua valorizzazione, provenienti da diversi contesti nazionali e internazionali, al fine di sollecitare negli studenti la disponibilità ad esplorare le prospettive della ricerca in campo di fruizione del patrimonio. Al termine del corso, lo studente sarà in grado di saper applicare i concetti teorici per progettare interventi educativi e di valorizzazione in contesti di patrimonio materiale e immateriale, nonché individuare le metodologie didattiche più coerenti con il contesto educativo di riferimento, assieme a conoscere e comprendere in modo critico le dinamiche della progettazione educativa e della valutazione per il patrimonio culturale. La verifica dell'apprendimento sarà operata tramite una prova di valutazione scritta caratterizzata da domande a stimolo chiuso e risposta chiusa.</p>				

## Obiettivi formativi

Il Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva a e Multimediale ha l'obiettivo specifico di formare designer capaci di promuovere dinamiche d'innovazione di prodotti e sistemi di prodotti di Comunicazione Visiva e Multimediale in grado di supportare la finalizzazione strategica del progetto in tutti gli ambiti di applicazione del design. Le figure formate devono in particolare: - possedere conoscenze approfondite sui prodotti di Design della Comunicazione Visiva e Multimediale (siano essi di natura materiale o immateriale), negli aspetti contenutistici, tecnico-produttivi, tecnico-funzionali e formali; sui processi che accompagnano il ciclo di sviluppo e di vita del prodotto di Design della Comunicazione (progettuali, di realizzazione e produzione, d'uso); - possedere conoscenze sul contesto di elaborazione, di produzione e d'uso dei prodotti di Design della Comunicazione relative agli aspetti qualitativi che contribuiscono a migliorare la percezione e fruizione di un ambiente; - possedere conoscenze approfondite sulle dinamiche di costruzione dell'identità di marca in relazione alla progettazione dei sistemi di servizio associati al prodotto di comunicazione, dei luoghi e delle modalità di vendita e comunicazione; - possedere conoscenze specifiche che declinano il design della comunicazione visiva e multimediale in quegli ambiti dell'allestimento (Exhibit, Performing e Space design) che attengono all'applicazione delle strategie di comunicazione negli spazi pubblici e privati in grado di garantire la coerenza nonché l'efficacia del progetto di comunicazione ed in cui l'innato carattere temporaneo ed effimero, non confligge con i contenuti strutturali e storico-culturali del manufatto architettonico. - possedere conoscenze specifiche sui contesti socio-culturali di riferimento, sulle dinamiche d'uso e consumo dei prodotti di comunicazione e sulle dinamiche di mercato in relazione alle ricadute che tali fenomeni hanno sulle strategie produttive, comunicative, distributive dell'impresa; - possedere un'ampia preparazione nelle discipline storico-critiche e nelle scienze umane in grado di fornire strumenti interpretativi relativamente ai diversi contesti di applicazione della pratica del progetto; - possedere capacità relazionali e di gestione del lavoro di gruppo all'interno di progetti complessi; - essere in grado di utilizzare fluentemente, in forma scritta e orale, almeno una lingua dell'Unione Europea oltre l'italiano, con riferimento anche ai lessici disciplinari. Il Corso DCVM ha quindi l'obiettivo specifico di formare un designer che opera all'interno di tutti i settori più avanzati della comunicazione dall'editoria multimediale al web design, dal progetto dei sistemi segnaletici all'immagine coordinata e all'identità di marca, sino alla progettazione dell'immagine cinetica e multimediale (video e cinematografica) includendo tutti i settori emergenti della comunicazione legati ai new media e alle nuove tecnologie; nonché un designer che opera nell'ambito della progettazione di ambienti complessi con particolare riferimento alle dinamiche contemporanee di evoluzione di contesti urbani e territoriali, di valorizzazione del patrimonio territoriale, ambientale e culturale. Gli obiettivi formativi specifici del Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale sono quelli di preparare figure professionali di livello avanzato per operare nella progettazione e nella gestione di contenuti comunicativi di tipo visivo e multimediale per configurare artefatti e servizi comunicativi destinati a singoli individui, comunità di persone, aziende, società industriali, enti e istituzioni. Una finalità alla quale si perviene attraverso: - la conoscenza della Storia, della Teoria e delle Metodologie della progettazione grafica e multimediale; - l'apprendimento delle necessarie tecniche digitali, interattive e virtuali; - la conoscenza di adeguati dispositivi informatico-operativi; - l'accesso, in termini di merito e di metodo, ai cambiamenti e agli sviluppi della cultura della comunicazione. I laureati nel corso di laurea magistrale in Design e Comunicazione Visiva e

Multimediale devono essere pertanto in grado di: - governare un progetto per un artefatto o un servizio comunicativo visivo e multimediale, destinato a organizzazioni pubbliche e private; - confrontarsi con i rinnovamenti culturali, di consumo e di mercato che hanno diretta influenza sulle strategie comunicative che compongono l'identità e la qualità di un evento, di un'istituzione, di un'impresa o di un qualsivoglia soggetto pubblico o privato che richiede per scopi sociali o commerciali artefatti comunicativi; - misurarsi con le innovazioni tecniche e tecnologiche presenti e in divenire nel campo della comunicazione di prodotti e servizi; L'attività formativa si sviluppa pertanto intorno ai seguenti temi: - Il Type Design per la progettazione di caratteri tipografici per la stampa analogica e per la comunicazione multimediale; - Information Design per prodotti e servizi editoriali di tipo analogico e digitale attraverso le tecniche della grafica, della data visualization e dell'infografica; - la Brand Design strategy per lo sviluppo di strategie per la comunicazione integrata pubblica e di impresa; - la comunicazione integrata nell'ambito dei social e new media; - Environmental Graphics come strumento di comunicazione integrata di sistemi informativi connessi alla segnaletica e al wayfinding; - l'exhibit design e Performing Arts come strumento di comunicazione integrata per allestimenti fisici e digitali nello spazio pubblico (ad es. i musei); - Interface, interaction e UX design come strumento di comunicazione integrata per l'analisi critica, la progettazione e lo sviluppo di prodotti e servizi digitali nei contesti formali e non formali per promuovere la Digital Education, il Cultural Heritage e il Capitale Naturale - Multimedia Design come strumento di comunicazione integrata per la valorizzazione del Cultural Heritage e il Capitale Naturale (ad es. il video making, motion graphics, game design) - L'inquadramento storico critico della disciplina del design della comunicazione visiva attraverso focus specifici inerenti la grafica, la tipografia, le arti elettroniche e digitali, etc. Gli argomenti descritti compongono un programma formativo che della comunicazione visiva e multimediale approfondiscono contestualmente - e secondo un procedimento interdisciplinare - aspetti metodologico-operativi e teorico-scientifici. Aspetti riconducibili a un corollario critico che si realizza anche attraverso complementari conoscenze riferibili alle/al: - controllo delle tecnologie informatiche connesse alla produzione dei prodotti comunicativi; - ricerca e sperimentazione della comunicazione in campo artistico comprese le scienze dello spettacolo; - ricerca mediologica applicata ai diversi ambiti della comunicazione; - strategie di marketing industriale e digitale. Descrizione del percorso formativo: Il percorso formativo strutturato nei due anni di corso, integra conoscenze teoriche e attività laboratoriali nella disciplina del Design della comunicazione visiva e multimediale attraverso l'approfondimento dei seguenti ambiti: Visual e del Graphic Design, Multimedia design, Information Design, Interface and Interaction Design, Exhibit design e delle Performing Arts, Design per l'Educazione Digitale. Nel 1° anno gli studenti acquisiranno conoscenze e competenze riguardanti: - le caratteristiche storico-critiche che hanno portato alla definizione e all'evoluzione delle diverse culture visuali delle arti grafiche, elettroniche e digitali della comunicazione sostenute anche dal punto di vista semiotico; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della tipografia, della grafica identitaria, editoriale e pubblicitaria anche attraverso l'uso di sistemi e modelli relativi allo storytelling; - conoscenze inerenti la lettura critica dell'immagine, in particolare di quella fotografica, a servizio della comunicazione tradizionale e multimediale; - i caratteri storico e sociali riferiti ai temi complessi della comunicazione di pubblico interesse, cogliendone le implicazioni strategiche relative a modelli di comunicazione integrata; - le tecniche di programmazione e di rappresentazione digitale fino alla elaborazione di progetti di videogame, multimedia e interaction design; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito del design multimediale, con applicazioni nella progettazione di interfacce, con particolare attenzione ai temi dell'interazione e del performing design; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, per la progettazione di installazioni di carattere pubblico e/o privato con caratteristiche di elevata performatività tecnologica e scenica, compresa l'analisi dei comportamenti spaziali. Nel 2° anno gli studenti acquisiranno competenze riguardanti: - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione concettuale e tecnica definitiva ed esecutiva dei diversi linguaggi grafici; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva di prodotti infografici e dei metodi di visual storytelling; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva per la progettazione di scenografie materiali e immateriali, con una forte integrazione delle discipline delle arti visuali e dello spettacolo; - l'analisi, l'ideazione, la progettazione, lo sviluppo e la valutazione di artefatti digitali all'interno di processi educativi formali e non formali, attraverso i metodi e i linguaggi della disciplina del Design. Come ultima tappa del percorso formativo biennale è previsto che gli studenti acquisiscano "altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro", attraverso la partecipazione a corsi integrativi, seminari, workshop e stage, sia in Italia che all'estero. Per la definizione della percentuale delle ore/CFU da destinare all'attività di studio individuale si rimanda al Regolamento Didattico.

## **Profilo professionale**

### **Profilo**

Designer nel campo dell'Exhibit e del Performance Design

## **Funzioni**

- Designer, professionisti della comunicazione per attività di exhibit, retail e fair design e installazioni digitali; - Designer, consulenti, quadri o team leader presso studi di design, agenzie di comunicazione, terzo settore e enti e imprese (pubbliche e private), nelle quali è presente un ruolo strategico del progetto di comunicazione grafico, di comunicazione e digitale nella mission e nei servizi aziendali, specificatamente nei campi dell'exhibit, del retail e del fair design e installazioni digitali.

## **Competenze**

- exhibit e installation per il public design: abilità e competenze per la progettazione comunicativa e allestitiva d'interventi di exhibit analogico e digitale per mostre, eventi e fiere, esposizioni commerciali; - exhibit e installation per il cultural heritage: abilità e competenze per la progettazione comunicativa e allestitiva d'interventi di exhibit per mostre ed eventi nel campo dei beni culturali; - virtual settings: abilità e competenze per la progettazione di allestimenti virtuali;

## **Sbocchi lavorativi**

- freelance per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali; - presso enti privati e pubblici, istituzioni culturali, compresi i servizi museali, per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali; - agenzie di consulenza per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali; - presso imprese per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali.

# **Frequentare**

## **Laurearsi**

La prova finale del Corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, che costituisce il completamento e la verifica delle conoscenze acquisite, consiste nella presentazione del portfolio dei prodotti e progetti ideati e sviluppati dallo studente durante il percorso magistrale e sottoposti a valutazione dalla stessa commissione e di una tesi. Quest'ultima sarà elaborata dallo studente secondo requisiti di originalità, accuratezza metodologica ed efficacia espositiva della prova di tesi, sotto la guida di un relatore e, in via facoltativa, di un relatore aggiunto scelto fra i docenti del Cds e di uno o più correlatori scelti tra profili di eccellenza del mondo della ricerca e della sperimentazione anche esterna al CdS. La tesi, infine, dovrà essere connotata da un contenuto e da una struttura prossima a quella della ricerca avente pertanto caratteri di sperimentazione, o di una scientifica sistematizzazione teorico concettuale dei temi scelti, che potranno approfondire aspetti progettuali-esecutivi oppure teorici. Il dettaglio delle modalità di presentazione e del tipo degli elaborati è rimandato al Regolamento Didattico del Corso di Studio.

# Organizzazione

## Presidente del Corso di studio - Presidente del Consiglio di area didattica

Ida Cortoni

## Tutor del corso

FEDERICA DAL FALCO  
CARLO MARTINO  
LAURA MINESTRONI  
PAOLA BERTOLONE

## Manager didattico

Tiziana Cipriani

## Rappresentanti degli studenti

Camilla Schiavone  
Lucas Mariani

## Docenti di riferimento

PAOLA BERTOLONE  
IDA CORTONI  
TOMMASO EMLER  
ELENA IPPOLITI  
CARLO MARTINO  
LAURA MINESTRONI  
LUCA RUZZA

## Regolamento del corso

1. Obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale 2. Sbocchi professionali previsti per i laureati 3. Modalità di accesso al Corso di Laurea Magistrale 4. Modalità di trasferimento da altri Corsi di Laurea 5. Percorso formativo 6. Piano di studio 7. Insegnamenti e CFU 8. Propedeuticità degli esami 9. Modalità di frequenza 10. Materie a scelta dello studente 11. Modalità di verifica delle conoscenze delle lingue straniere 12. Tirocinio e modalità di verifica 13. Prova finale 14. Tipologia delle forme didattiche adottate e modalità di verifica delle conoscenze acquisite 15. Modalità di verifica di altre competenze 16. Tipologie e modalità del tutorato didattico 17. Percorso di eccellenza 18. Altre disposizioni

1. Obiettivi formativi del Corso di Laurea Magistrale Gli obiettivi formativi specifici del Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale sono quelli di preparare figure professionali di livello avanzato per operare nella progettazione e nella gestione di contenuti comunicativi di tipo visivo e multimediale per configurare artefatti e servizi comunicativi destinati a singoli individui, comunità di persone, aziende, società industriali, enti e istituzioni. Una finalità alla quale si perviene attraverso: - la conoscenza della Storia, della Teoria e delle Metodologie della progettazione grafica e multimediale; - l'apprendimento delle necessarie tecniche digitali, interattive e virtuali; - la conoscenza di adeguati dispositivi informatico-operativi; - l'accesso, in termini di merito e di metodo, ai cambiamenti e agli sviluppi della cultura della comunicazione. I laureati nel corso di laurea magistrale in Design e Comunicazione Visiva e Multimediale devono essere pertanto in grado di: - governare un progetto per un artefatto o un servizio comunicativo visivo e multimediale, destinato a organizzazioni pubbliche e private; - confrontarsi con i rinnovamenti culturali, di consumo e di mercato che hanno diretta influenza sulle strategie comunicative che compongono l'identità e la qualità di un evento, di un'istituzione, di un'impresa o di un qualsivoglia soggetto pubblico o privato che richiede per scopi sociali o commerciali artefatti comunicativi; - misurarsi con le innovazioni tecniche e tecnologiche presenti e in divenire nel campo della comunicazione di prodotti e servizi; L'attività formativa si sviluppa pertanto intorno ai seguenti temi: - Il Type Design per la progettazione di caratteri tipografici per la stampa analogica e per la comunicazione multimediale; - Information Design per prodotti e servizi editoriali di tipo analogico e digitale

attraverso le tecniche della grafica, della data visualization e dell'infografica; - la Brand Design strategy per lo sviluppo di strategie per la comunicazione integrata pubblica e di impresa; - la comunicazione integrata nell'ambito dei social e new media; - Environmental Graphics come strumento di comunicazione integrata di sistemi informativi connessi alla segnaletica e al wayfinding; - l'exhibit design e Performing Arts come strumento di comunicazione integrata per allestimenti fisici e digitali nello spazio pubblico (ad es. i musei); - Interface, interaction e UX design come strumento di comunicazione integrata per l'analisi critica, la progettazione e lo sviluppo di prodotti e servizi digitali nei contesti formali e non formali per promuovere la Digital Education, il Cultural Heritage e il Capitale Naturale - Multimedia Design come strumento di comunicazione integrata per la valorizzazione del Cultural Heritage e il Capitale Naturale (ad es. il video making, motion graphics, game design) - L'inquadramento storico critico della disciplina del design della comunicazione visiva attraverso focus specifici inerenti la grafica, la tipografia, le arti elettroniche e digitali, etc. Gli argomenti descritti compongono un programma formativo che della comunicazione visiva e multimediale approfondiscono contestualmente - e secondo un procedimento interdisciplinare - aspetti metodologico-operativi e teorico-scientifici. Aspetti riconducibili a un corollario critico che si realizza anche attraverso complementari conoscenze riferibili alle/al: - controllo delle tecnologie informatiche connesse alla produzione dei prodotti comunicativi; - ricerca e sperimentazione della comunicazione in campo artistico comprese le scienze dello spettacolo; - ricerca mediologica applicata ai diversi ambiti della comunicazione; - strategie di marketing industriale e digitale.

2. Sbocchi professionali previsti per i laureati (Decreti sulle Classi, Art. 3, comma 7) Ambiti occupazionali dell'attività del laureato magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale sono costituiti, tra gli altri, da tutti i settori della comunicazione, dei servizi e dei nuovi media, riferibili a tre profili professionali principali: \_ Designer nel campo del Visual e del Graphic design; \_ Designer nel campo del Multimedia design; \_ Designer nel campo dell'Exhibit design; e in dettaglio: \_ Designer nel campo del Visual e del Graphic design; Funzione in un contesto di lavoro: - Designer, professionisti della comunicazione della comunicazione visiva (strutturato aziendale o freelance) nell'ambito editoriale (di tipo tradizionale e multimediale) - Designer, consulenti, quadri o team leader presso: studi di design, agenzie di comunicazione, terzo settore e enti e imprese (pubbliche e private), nelle quali è presente un ruolo strategico del progetto di comunicazione grafica, di comunicazione e digitale nella mission e nei servizi aziendali. Competenze associate alla funzione: - Art and Creative Direction: abilità e competenze per la regia e la direzione strategica, artistica e creativa orientata alla progettazione di artefatti visivi, tradizionali e multimediali, dall'editoria ai media digitali; - Type Design: abilità e competenze per la progettazione e gestione di caratteri tipografici all'interno del progetto di comunicazione integrata; - Storytelling e Copywriting: abilità e competenze di storytelling per l'ideazione, sviluppo e redazione di testi all'interno del progetto di comunicazione integrata; - Information design: abilità e competenze per l'analisi, l'ideazione, la progettazione e lo sviluppo di un artefatto visuale informativo statico o dinamico (dalla data visualization all'infografica); - Brand design strategy: abilità e competenze per l'analisi e il progetto di sistemi di comunicazione del brand nel settore pubblico e privato (dalla definizione di un brand language e brand identity alla brand communication); - Editorial Graphics: abilità e competenze per la progettazione degli elementi costituenti gli artefatti editoriali e i loro formati (illustrazione, linguaggio iconografico, etc.); - Environmental Graphics: abilità e competenze per l'analisi e la progettazione di artefatti visuali informativi (dal wayfinding all'allestimento grafico) per ambienti interni e a scala urbana, pubblica e privata; - Advertising: abilità e competenze per l'analisi e il progetto di comunicazione integrata, con particolare attenzione alle nuove strategie e agli strumenti digitali applicabili nelle campagne pubblicitarie; - Photography for communication: abilità e competenze per l'analisi e l'uso critico delle immagini fotografiche e della loro narritività all'interno del progetto di comunicazione; - Visual thinking and graphicacy: abilità e competenze di analisi critica, consapevolezza fruitiva, progettazione e valutazione di linguaggi visuali e delle architetture dell'informazione attraverso organizzatori visivi di pensiero a scopo formativo

Sbocchi Occupazionali: - servizi editoriali tradizionali per ruoli di progettazione strategica e di prodotto; - enti pubblici e privati per profili dedicati alla progettazione strategica e di prodotto in chiave comunicativa; - agenzie di consulenza anche di tipo strategico per la comunicazione grafica per la pubblicità e l'identità di marca e di prodotto; - aziende e start up design oriented; - attività di ricerca accademica nella disciplina del design (a partire dall'accesso al dottorato di ricerca); - attività di insegnamento nelle scuole secondarie per coloro in possesso dei crediti formativi\* in numero sufficiente negli SSD previsti dalla normativa. \*(Il CdS offre CFU oltre che nel SSD Icar/13 e Icar/17, anche nell'SSD M-PED/04 – tutti inclusi nella lista dei 24 CFU utili all'inserimento nelle graduatorie per l'insegnamento).

\_ Designer nel campo del Multimedia design; Funzione in un contesto di lavoro: - Designer, professionisti della comunicazione multimediale (strutturato aziendale o freelance) nell'ambito editoriale (di tipo analogico o digitale); - Designer, consulenti, quadri o team leader presso: studi di design, agenzie di comunicazione, terzo settore e enti e imprese (pubbliche e private), nelle quali è presente un ruolo strategico del progetto di comunicazione grafico, di comunicazione e digitale nella mission e nei servizi aziendali. Competenze associate alla funzione: - interface design: abilità e competenze per l'analisi e lo sviluppo di linguaggi multimediali allo scopo di progettare interfacce tangibili e intangibili (grafiche, tattili, vocali, olfattive); - interaction design e UX design: abilità e competenze per l'analisi, la progettazione e lo sviluppo dei sistemi di interazione e dell'esperienza uomo-macchina, uomo-dati e uomo-uomo, applicate ai diversi scopi della comunicazione visiva (educazione, informazione, valorizzazione,

sensibilizzazione, promozione); - transmedia storytelling: abilità e competenze per il progetto di storytelling nell'audiovisivo e nei new media in produzioni multiplatform rivolte all'intrattenimento, alle performing arts, alla comunicazione e all'informazione; - video making: abilità e competenze per l'analisi, la progettazione e realizzazione di spot, videoclip, documentaristica per video e televisione; - motion graphic design: abilità e competenze per l'analisi, la progettazione e la realizzazione di animazioni attraverso le tecniche della motion graphics per diverse piattaforme; - videogame design: abilità e competenze per l'analisi, la progettazione e la realizzazione di un videogioco a scopo di intrattenimento o educativo; - Visual and Media Literacy: abilità e competenze digitali di analisi critica, consapevolezza, progettazione e valutazione degli artefatti multimediali e dell'architettura dei contenuti a scopo educativo e informativo; Sbocchi Occupazionali: - freelance per la progettazione dell'identità di marca e di prodotto in chiave multimediale; - servizi editoriali multimediali-digitali per ruoli di progettazione strategica e di prodotto; - enti pubblici e privati per profili dedicati alla progettazione comunicativa, strategica e di prodotto, multimediale/digitale, oltre che nell'ambito della televisione e della produzione di prodotti video; - agenzie di consulenza anche di tipo strategico per la comunicazione grafica, per la pubblicità e l'identità di marca e di prodotto, nel campo dell'e-commerce e delle ICT, oltre che nell'ambito della televisione e della produzione di prodotti video: -presso imprese digitali design oriented; - servizi educativi in contesti formali e non formali per ruoli di progettazione strategica di design. - attività di ricerca accademica nella disciplina del design (a partire dall'accesso al dottorato di ricerca); - attività di insegnamento nelle scuole secondarie per coloro in possesso dei crediti formativi\* in numero sufficiente negli SSD previsti dalla normativa. \*(Il CdS offre CFU oltre che nel SSD Icar/13 e Icar/17, anche nell'SSD M-PED/04 – tutti inclusi nella lista dei 24 CFU utili all'inserimento nelle graduatorie per l'insegnamento). \_ Designer nel campo dell'Exhibit e del Performing design; Funzione in un contesto di lavoro: - Designer, professionisti della comunicazione per attività di exhibit, retail e fair design e del performing design; - Designer, consulenti, quadri o team leader presso studi di design, agenzie di comunicazione, terzo settore e enti e imprese (pubbliche e private), nelle quali è presente un ruolo strategico del progetto di comunicazione grafica, di comunicazione digitale nella mission e nei servizi aziendali, specificatamente nei campi dell'exhibit, del retail e del fair design e del performing design. Competenze associate alla funzione: - exhibit e installation per il public design: abilità e competenze per la progettazione comunicativa e allestitiva d'interventi di exhibit analogico e digitale per mostre, eventi e fiere, esposizioni commerciali; - exhibit e installation per il cultural heritage: abilità e competenze per la progettazione comunicativa e allestitiva d'interventi di exhibit per mostre ed eventi nel campo dei beni culturali; - Performing Design e virtual settings: abilità e competenze per la progettazione di allestimenti virtuali; Sbocchi Occupazionali: - freelance per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali; - presso enti privati e pubblici, istituzioni culturali, compresi i servizi museali, per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali; - agenzie di consulenza per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali; - presso imprese per attività di progettazione comunicativa e allestitiva, nel campo dell'exhibit, per mostre, eventi, fiere e installazioni analogiche e digitali; In relazione alle codifiche ISTAT, il corso prepara alla professione di: 2.5.1.6.0 Specialisti delle pubbliche relazioni, dell'immagine e professioni assimilate 2.5.5.1.2 Disegnatori artistici e illustratori 2.5.5.1.4 Creatori artistici ai fini commerciali (esclusa la moda) 2.5.5.2.3 Direttori artistici 2.5.5.2.5 Scenografi 3. Modalità di accesso al Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale Le conoscenze richieste per l'accesso diretto al Corso di Laurea Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale sono quelle acquisite prevalentemente attraverso i Corsi di Laurea appartenenti alla classe L4 (ex L42) di Disegno Industriale, o corsi ritenuti equipollenti, o comunque attraverso corsi di cui è possibile costruire delle corrispondenze tra insegnamenti e Settori Scientifico Disciplinari. Tra questi i laureati di corsi di laurea in altre classi purché in possesso di specifici requisiti curriculari come di seguito specificato: il possesso di almeno 40 CFU complessivamente conseguiti nei settori ICAR/13; ICAR/14, ICAR/16; ICAR/17; ING-INF/05; SPS/08; L-ART/03; L-ART/05; L-ART/06; SECS-P/08. Possono inoltre accedere direttamente al corso di Laurea Magistrale i laureati presso gli ISIA – Istituti Superiori per le Industrie Artistiche - e presso le Accademie di Belle Arti. L'ammissione è possibile per i corsi con curricula riferiti all'ambito del Design e della Grafica. Eventuali integrazioni culturali in termini di CFU dovranno essere acquisite prima della verifica della preparazione individuale. Coloro che vogliono accedere al Corso di Laurea Magistrale in Design comunicazione visiva e multimediale devono essere in possesso di una Laurea o di un Diploma di Laurea Triennale, ovvero di altro titolo di studio conseguito all'estero, riconosciuto idoneo. Oltre alla suddetta preparazione di base gli studenti devono avere un'adeguata conoscenza della lingua inglese riferibile a un livello B2 del quadro comune europeo. Le modalità di verifica dell'adeguatezza della personale preparazione sono definite nel Regolamento Didattico del corso di studio. La verifica dei requisiti per accedere al Corso di laurea avverrà mediante una procedura di selezione, con modalità definite con un apposito bando annuale dalla facoltà. 4. Modalità di trasferimento da altri Corsi di Laurea Il trasferimento di studenti provenienti da Corsi di studio appartenenti alla stessa classe – LM12 Design - o da Corsi di studio appartenenti a classi diverse dalla LM12 della Sapienza o di altre Università è consentito sulla base di un bando annuale che indica il numero di posti disponibili per i trasferimenti, tenuto conto della numerosità massima della

classe stabilita in ingresso, e contenente le modalità previste per la domanda di trasferimento. Per quanto riguarda il riconoscimento dei CFU già maturati, verranno convalidati integralmente quelli relativi ai Settori scientifico-disciplinari inclusi negli ambiti previsti nell'ordinamento della classe LM12. Per quanto riguarda i crediti relativi a Settori scientifico-disciplinari non inclusi negli ambiti previsti nell'ordinamento della classe, la convalida dei CFU deriverà dalla valutazione caso per caso per ogni Settore effettuata dal Comitato di Coordinamento del CdLM sulla base della idonea documentazione allegata alla domanda di trasferimento. Il CdSM indica, altresì, l'anno di corso a cui lo studente richiedente il trasferimento, viene iscritto; stabilisce l'eventuale obbligo formativo aggiuntivo da assolvere; definisce il completamento del percorso formativo per il conseguimento della laurea magistrale. E' possibile riconoscere CFU maturati anche in Master di 1° e 2° livello frequentati in strutture universitarie italiane e straniere, sulla base di piani di studio affini.

5. Percorso formativo Il percorso formativo strutturato nei due anni di corso, integra conoscenze teoriche e attività laboratoriali nei campi del graphic design, del visual e dell'information design, del multimedia design, delle performing arts e dell'exhibit design. Nel 1° anno gli studenti acquisiranno conoscenze e competenze riguardanti: - le caratteristiche storico-sociali che hanno portato alla definizione e all'evoluzione delle diverse arti grafiche, elettroniche e digitali sostenute anche dal punto di vista semiotico; - i caratteri storico e sociali riferiti ai temi complessi della Tipografia e della Grafica editoriale, cogliendone le implicazioni strategiche relative a modelli di comunicazione integrata; - i caratteri storico e sociali riferiti ai temi complessi dell'Advertising di pubblica utilità, cogliendone le implicazioni strategiche relative a modelli di comunicazione integrata; - la pianificazione e la gestione delle attività di comunicazione delle organizzazioni pubbliche e private; - le tecniche di programmazione e di rappresentazione assistita dal computer fino alla elaborazione di progetti di interaction design e di immersive environments; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della grafica identitaria, editoriale e pubblicitaria anche attraverso l'uso di sistemi e modelli relativi allo storytelling; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito della grafica multimediale, con applicazioni nella progettazione di interfacce e del web, con particolare attenzione ai temi dell'interaction e del performing design; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali con progettazione di artefatti di carattere pubblico, con una forte integrazione analitica e teorica da parte delle discipline della scienza della comunicazione e delle arti visuali e dello spettacolo; - conoscenze inerenti la lettura critica dell'immagine, in particolare di quella fotografica, a servizio della comunicazione tradizionale e multimediale. - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di prodotti visuali nell'ambito del performing design, con applicazioni nella progettazione di spazi ed installazioni interattive e dinamiche, concepite sulla base dello studio dei comportamenti umani nello spazio; Nel 2° anno di corso gli studenti proseguiranno gli approfondimenti teorici e laboratoriali implementando la conoscenza di strategie progettuali comunicative in relazione all'uso avanzato di metodi, tecniche e strumenti mediali. Le competenze acquisite sono ulteriormente indirizzate verso una progettazione sperimentale rivolta ad aziende, ai new media, alle agenzie di comunicazione, alla comunicazione per organizzazioni pubbliche e private. Nel 2° anno gli studenti acquisiranno conoscenze e competenze riguardanti: - i caratteri storico, sociali e tecnici riferiti ai diversi linguaggi della rappresentazione, cogliendone le implicazioni strategiche relative a modelli di comunicazione integrata; - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di sistemi espositivi e dispositivi scenici nonché di sistemi di illuminazione prevalentemente per lo spazio pubblico; - l'apprendimento dei processi e delle strategie di traduzione di dati complessi in infografiche e immagini semplici, utilizzando uno stile grafico che renda l'acquisizione delle informazioni appetibile. - le problematiche, lo sviluppo e l'elaborazione tecnica definitiva ed esecutiva, di sistemi espositivi e dispositivi scenici prevalentemente pensati per lo spazio pubblico; - l'apprendimento delle teorie, dei processi e delle strategie pedagogiche indirizzate verso la conoscenza, tutela e valorizzazione del patrimonio culturale, con una forte integrazione delle nuove tecnologie VR e AR; - la conoscenza, lo sviluppo e l'elaborazione di metodologie didattiche integrate nella transizione digitale. Come ultima tappa del percorso formativo biennale è previsto che gli studenti acquisiscano "altre conoscenze utili per l'inserimento nel mondo del lavoro", attraverso la partecipazione a corsi integrativi, seminari, workshop e stage, sia in Italia che all'estero.

6. Piano di studio. Il CdSM in Design Comunicazione Visiva e Multimediale non prevede la presentazione di specifici piani di Studio. Tuttavia, gli studenti che vogliano seguire un percorso formativo nel quale siano presenti crediti in settori affini e integrativi che non siano già compresi nei settori caratterizzanti del CdSM, debbono presentare il loro piano di studio entro il mese di novembre al CdLM a una commissione che ne valuterà la congruenza con gli obiettivi formativi e dunque, la possibilità di accoglimento.

7. Insegnamenti e CFU. vedi manifesto allegato

8. Propedeuticità degli esami. Il CdSM in Design Comunicazione Visiva e Multimediale non prevede propedeuticità tra insegnamenti dello stesso anno e tra primo e il secondo anno anche se i Laboratori sono numerati. Il CdSM non prevede alcun vincolo nel passaggio tra il 1° e il 2° anno.

9. Modalità di frequenza. Il CdSM in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale prevede la frequenza obbligatoria di almeno il 75% delle ore erogate di tutti i Laboratori di progettazione e di tutti gli insegnamenti che prevedono esercitazioni grafiche e progettuali.

10. Materie a scelta dello studente. Tali materie (9 CFU) possono essere scelte autonomamente dello studente, purché siano coerenti con il percorso formativo. In particolare i crediti possono essere acquisiti sostenendo uno o più esami: - nei Corsi di Laurea Magistrale e

Triennale di tutte le Facoltà dell'Ateneo; - in eventuali corsi specificamente attivati dai Corsi di Laurea Magistrale in Design (definiti per ciascun anno accademico); - nell'ambito del programma Erasmus; Il Comitato di coordinamento elaborerà annualmente una lista di insegnamenti suggeriti per il Corso di Laurea. La scelta di un insegnamento tra questi semplifica la procedura di accettazione del "Percorso formativo" che risulterebbe pre-approvato. Le materie a scelta possono essere sostenute già a partire dal 1° semestre del 1° anno. 11. Modalità di verifica delle conoscenze delle lingue straniere (inglese). Il CdLM in Design Comunicazione Visiva e Multimediale non prevede crediti da attribuire alla conoscenza di una lingua straniera poiché è richiesto una conoscenza della lingua Inglese in ingresso su livello standard B2. 12. Altre attività utili all'inserimento nel mondo del lavoro e modalità di verifica. Sono previsti specifici 6 cfu (150 ore) per altre conoscenze utili all'inserimento nel mondo del lavoro tra cui è possibile contemplare anche stage e tirocini, da svolgersi presso strutture imprenditoriali attive nell'ambito della comunicazione o presso rinomati studi professionali italiani ed esteri. La scelta della struttura ospitante potrà essere suggerita dal CDLM, o proposta dallo studente e comunque soggetta a un'approvazione da parte del Coordinatore del CdLM e del Consiglio Didattico. La verifica di tali attività avverrà, per mezzo di una sintetica relazione sul lavoro svolto, a firma del tutor aziendale e la validazione attraverso l'idoneità attribuita tramite iscrizione agli appelli di esame su infostud. 13. Prova finale Per essere ammesso a sostenere l'esame di Laurea Magistrale in Design Comunicazione visiva e Multimediale in classe di laurea LM/12, lo studente deve aver superato l'accertamento, con esito positivo, dell'attività didattica, dovrà inoltre avere la certificazione delle altre attività formative correlate. La prova finale del Corso di Laurea Magistrale in Design, Comunicazione Visiva e Multimediale, che costituisce il completamento e la verifica delle conoscenze acquisite nei due anni, avrà le seguenti caratteristiche: - le tesi avranno un carattere sperimentale e rappresentano l'esito combinato di competenze teorico-critiche e di abilità rappresentative-comunicative analogiche e digitali da cui evincere una attività di ricerca sostenuta da un appropriato impianto scientifico-metodologico. - al relatore si affianca la presenza di un relatore aggiunto e/o di un correlatore di tesi scelto tra i docenti presenti nel corso di laurea con il ruolo di valutare, sulla base dei parametri condivisi, lo sviluppo in progress della tesi. - è raccomandato il coinvolgimento di enti pubblici e privati e soggetti terzi in qualità di consulenti specialistici esterni per implementare le opportunità di contatto con il mondo delle professioni e la qualità complessiva dei risultati finali; - a corredo della tesi di laurea, e tra i materiali che la commissione è chiamata a valutare nell'esame finale è richiesto un portfolio delle attività formative biennali e delle esperienze extracurricolari elaborate dagli studenti. Oltre al portfolio, per l'esame di Laurea, lo studente dovrà elaborare un book di progetto in formato A4, verticale, contenente: - un inquadramento teorico del tema affrontato; - una ricostruzione critica e strutturata dello stato dell'arte; - un'indagine sulle tecniche e le tecnologie utilizzate nell'ambito indagato, corredate da esemplificazioni su progetti affini; - una descrizione del concept di progetto; - una descrizione del progetto ad alto contenuto sperimentale in cui si specificano il target e il mercato di riferimento; - la fattibilità tecnica del progetto- tecniche o tecnologie utilizzate; - una ulteriore descrizione del progetto nei suoi dettagli; - una bibliografia/ sitografia. Il suddetto book potrà essere accompagnato dallo sviluppo prototipale della tesi realizzato in relazione alla specificità e alla complessità del progetto finale. Sono ammesse tesi di carattere teorico, storico, critico, per le quali l'elaborazione del book assume valore di Elaborato Scientifico finale. La discussione della prova finale dovrà essere assistita da una presentazione analogica e digitale-interattiva in relazione all'argomento di tesi sviluppato. I parametri di merito per l'attribuzione di punteggi all'esame finale sono riferiti alla seguente griglia: - originalità e caratteri sperimentali presenti nel prodotto di tesi (grado di autenticità e innovatività della proposta) \_da 0 a 3 punti - rigore e coerenza metodologica e sviluppo della ricerca a supporto della tesi (riconoscibilità e qualità dei metodi adottati; esaustività e appropriatezza delle fonti scientifiche impiegate, appropriato utilizzo di strumenti e metodi di ricerca, completezza della rassegna biblio e linkografica) \_da 0 a 3 punti - capacità strumentali e retoriche di rappresentazione e comunicazione del prodotto di tesi (qualità narrative e uso di strumenti e tecniche per la presentazione del prodotto di tesi) \_da 0 a 3 punti. Per essere ammessi a sostenere l'esame di Laurea Magistrale in Design Comunicazione visiva e Multimediale nella classe di laurea LM/12, deve aver superato l'accertamento, con esito positivo, dell'attività didattica, dovrà inoltre avere la certificazione delle altre attività formative correlate. 14. Tipologia delle forme didattiche adottate e modalità di verifica delle conoscenze acquisite. L'organizzazione della didattica è semestrale, si articola in una parte formativa orientata all'apprendimento e alla conoscenza di teorie, metodi e discipline; ed in una parte teorico-pratica orientata all'apprendimento e all'esercizio del "saper fare" nel campo delle attività relative alle professioni del Laureato Magistrale in Design Comunicazione Visiva e Multimediale. In particolare il percorso formativo si articola attraverso Corsi Integrati (CI) e Laboratori Progettuali (LP) e Altre attività didattiche. 1 CFU (Credito Formativo Universitario) corrisponde a 25 ore di studio. Sia per quanto riguarda l'attività didattica "frontale" (corsi monodisciplinari CM); che per l'attività didattica progettuale (Laboratori Progettuali LP) l'impegno in aula è di 10 ore per credito. - I Corsi Interdisciplinari (CI), "frontali" sono costituiti da due insegnamenti di specifici settori disciplinari, sono orientati all'apprendimento e alla conoscenza di teorie, metodi e strumenti disciplinari caratterizzanti e/o affini. I Laboratori Progettuali (LP) sono costituiti da più moduli didattici svolti dallo stesso docente o, in forma coordinata, da più docenti che faranno parte della commissione d'esame presieduta dal docente del Corso Guida. Sono orientati al "saper fare", all'esercizio delle attività operative necessarie alla

formalizzazione del progetto. La verifica dell'acquisizione delle conoscenze e capacità progettuali avviene in relazione ai programmi previsti per le singole attività didattiche sull'esito delle prove intermedie (ove previste) e finali: per i Laboratori Progettuali in base ad elaborati grafici, multimediali, e/o per mezzo di modelli (al vero o in scala) dei prodotti progettati, di volta in volta richiesti dalla docenza; per gli insegnamenti critico-teorici attraverso colloqui ed elaborati scritto/grafici di volta in volta richiesti dalla docenza. Nell'ambito delle suddette attività didattiche potranno essere organizzate altre iniziative di tipo seminariale e workshop con la possibilità di contributi di esperti esterni a livello nazionale ed internazionale, nonché corsi replicati in teledidattica. Ciascuna tipologia d'insegnamento si avvarrà di strumenti tecnici adeguati allo svolgimento dell'attività didattica. 15. Modalità di verifica di altre competenze Parte dell'attività didattica potrà essere svolta anche presso qualificate strutture di enti, istituti e imprese pubbliche o private operanti nel settore del Design per la comunicazione visiva e multimediale, previa stipula di convenzioni che possono prevedere anche l'utilizzazione di esperti appartenenti a tali strutture per attività didattiche speciali. Le modalità di verifica di tali attività, ed i relativi CFU, verranno di volta in volta regolate dal Consiglio di Corso di Laurea in relazione alle attività previste per gli studenti. 16. Tipologie e modalità del tutorato didattico Il CdLM organizza, incaricandone uno o più docenti come RAM (Responsabile Accademico per la Mobilità), attività di orientamento e tutorato relative ai programmi di mobilità internazionale degli studenti, in particolare nell'ambito dei programmi di mobilità promossi dall'Ateneo. Le attività di tutorato concernono, inoltre, l'informazione circa il percorso formativo interno al CdLM, sul funzionamento dei servizi e i benefici a favore degli studenti, con la finalità di aiutarli nel loro processo di formazione e favorirne la partecipazione alle attività accademiche. 17. Percorso di eccellenza (senza riconoscimenti di CFU) Possono essere istituiti percorsi integrativi, con numero programmato di studenti, denominati "percorsi d'eccellenza", con lo scopo di valorizzare la formazione degli studenti iscritti, meritevoli e interessati ad attività di approfondimento e di integrazione culturale. Le attività sono programmate dalla struttura didattica di riferimento e impostate come approfondimenti disciplinari e interdisciplinari, attività seminariali o di tirocinio; ma possono anche essere concordate con i singoli studenti, in relazione alle loro vocazioni culturali e scientifiche, con un impegno di norma pari a 100 ore annue. Tale percorso non dà luogo a riconoscimento di crediti utilizzabili per il conseguimento dei titoli universitari rilasciati dall'Università "La Sapienza", ma lo studente che ha concluso un "percorso d'eccellenza", riceve un'attestazione del percorso svolto, rilasciato dalla struttura di afferenza del Corso di Laurea e registrata sulla carriera dello studente stesso. L'Università assegna anche un premio pari all'importo delle tasse versate nell'ultimo anno di corso, con riferimento ai Regolamenti relativi ai percorsi d'eccellenza e loro modifiche e integrazioni. L'attivazione di tali percorsi, così come le procedure di selezione e di conferimento del riconoscimento nonché del premio è comunque subordinata alle disposizioni annualmente definite dall'Ateneo. 18. Altre disposizioni Gli studenti sono tenuti a rispettare tutti gli obblighi previsti dal regolamento didattico di facoltà formulato in base alla l. 270/04 per quanto concerne l'attività curricolare.

# Assicurazione qualità

## Consultazioni iniziali con le parti interessate

Il Corso di Laurea Magistrale Interclasse, trasformazione del corso omonimo attivo già dal 2007, che ha avuto consolidati rapporti con soggetti esterni, nel definire questa variazione ordinamentale e quindi l'assetto di nuovo corso interclasse, in data 13 gennaio 2014 ha avuto l'approvazione dei membri del "Comitato d'Indirizzo" dell'area didattica 3 Disegno Industriale. In quella data, nella sede del dipartimento PDTA, presenti i rappresentanti delle associazioni di categoria Unindustria Lazio e Confartigianato, ed i referenti delle associazioni ADI Lazio (Associazione Italiana per il Disegno Industriale) e AIPI (Associazione dei progettisti d'interni) è stato esposto il progetto didattico DCVM Interclasse nei suoi obiettivi, nelle sue articolazioni e nei suoi possibili sbocchi professionali. Il comitato ha espresso unanime valutazione positiva con particolare riferimento ai bisogni formativi e agli sbocchi professionali dei laureati magistrali e come il corso formi profili professionali, legati al mondo della Comunicazione, rispondenti alle esigenze del mercato del lavoro nazionale e internazionale. In data 31 gennaio 2013, dalle ore 11.00 alle ore 13.15, si è tenuto l'incontro conclusivo, a livello di Ateneo, della consultazione delle parti sociali. Durante tale incontro sono stati acquisiti i pareri favorevoli delle organizzazioni consultate.

## Consultazioni successive con le parti interessate

Il manifesto degli studi dell'AA. 2024/25 riflette un'attenta analisi, compiuta dal presidente e dal corpo docente, degli Opis degli studenti e dal confronto con enti pubblici, soggetti di diritto privato, nonché con alcune scuole internazionali di design con cui il CdLM in Design Comunicazione Visiva multimediale e il dipartimento di riferimento PDTA, hanno relazioni di agreement Erasmus o accordi di collaborazione alla didattica e alla ricerca. Negli ultimi anni intorno al CdLM si sono concentrate attività di scambio e di confronto con diversi stakeholders con i quali sono stati sottoscritti accordi di collaborazione alla didattica e alla ricerca che hanno coinvolto docenti e studenti del Corso di Laurea. Nello specifico, nel 2023/2024 le consultazioni hanno coinvolto i seguenti enti: La fondazione scuola dei beni e delle attività culturali Unioncamere Digizen, spin off Sapienza università di Roma Il CNR Promedia srl Mediaset Akademia WSEI Lublin Da tale confronto, derivano molti degli affinamenti dell'offerta formativa attuata.

## Organizzazione e responsabilità della AQ del Cds

Il Sistema di Assicurazione Qualità (AQ) di Sapienza è descritto diffusamente nelle Pagine Web del Team Qualità consultabili all'indirizzo <https://www.uniroma1.it/it/pagina/team-qualita>. Nelle Pagine Web vengono descritti il percorso decennale sviluppato dall'Ateneo per la costruzione dell'Assicurazione Qualità Sapienza, il modello organizzativo adottato, gli attori dell'AQ (Team Qualità, Comitati di Monitoraggio, Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti, Commissioni Qualità dei Corsi di Studio), i Gruppi di Lavoro attivi, le principali attività sviluppate, la documentazione predisposta per la gestione dei processi e delle attività di Assicurazione della Qualità nella Didattica, nella Ricerca e nella Terza Missione. Le Pagine Web rappresentano inoltre la piattaforma di comunicazione e di messa a disposizione dei dati di riferimento per le attività di Riesame, di stesura delle relazioni delle Commissioni Paritetiche Docenti-Studenti e dei Comitati di Monitoraggio e per la compilazione delle Schede SUA-Didattica e SUA-Ricerca. Ciascun Corso di Studio e ciascun Dipartimento ha poi facoltà di declinare il Modello di Assicurazione Qualità Sapienza definito nelle Pagine Web del Team Qualità nell'Assicurazione Qualità del CdS/Dipartimento mutuandolo ed adattandolo alle proprie specificità organizzative pur nel rispetto dei modelli e delle procedure definite dall'Anvur e dal Team Qualità. Le Pagine Web di CdS/Dipartimento rappresentano, unitamente alle Schede SUA-Didattica e SUA-Ricerca, gli strumenti di comunicazione delle modalità di attuazione del Sistema di Assicurazione Qualità a livello di CdS/Dipartimento.