



**ISIA di Pescara**

**Istituto Superiore per le Industrie Artistiche**

via Cesare Battisti, 198 - 65123 Pescara

Codice Fiscale: 91137250683 - Tel. 085.2059763 / 867

E-mail: [isiape@isiadesign.pe.it](mailto:isiape@isiadesign.pe.it) PEC: [pec@pec.isiadesign.pe.it](mailto:pec@pec.isiadesign.pe.it) Sito web: [www.isiadesign.pe.it](http://www.isiadesign.pe.it)



### Scheda delle Attività Didattiche a.a. 2022/2023

|  |   |
|--|---|
| <b>Denominazione insegnamento:</b>                     | Comunicazione visiva 2  |
| <b>SAD (settore artistico disciplinare):</b>           | ISDC/05   |
| <b>Nome del docente responsabile:</b>                  | Prof.ssa Marika Mastrandrea   |
| <b>Numero di crediti formativi (CFA):</b>              | 5   |
| <b>Anno di corso in cui l'insegnamento è previsto:</b> | Secondo Triennio  |
| <b>Semestre di svolgimento delle lezioni:</b>          | Primo e Secondo   |
| <b>Contenuti del corso</b>                             | <p>Durante il corso sono previste delle esercitazioni intermedie oggetto di valutazione. Le esercitazioni sviluppate durante il corso consisteranno nella realizzazione di elaborati grafici con specifici limiti progettuali per accrescere le capacità narrative degli studenti.</p> <p>Durante le ore di lezione ci saranno momenti di confronto e verifica dei risultati raggiunti con l'intento di sviluppare un pensiero critico.</p>   |
| <b>Testi di riferimento</b>                            | <p>S. Caprioli e P. Corraini, <i>"Manuale di immagine non coordinata"</i>, Corraini Edizioni, Mantova, 2006.</p> <p>E. Carmi, <i>"Branding Design Oriented"</i>, Logo Fausto Lupetti Editore, Bologna, 2020.</p> <p>Massimo Hachen, <i>"Scienza della visione. Spazio e Gestalt, design e comunicazione"</i>, Apogeo, Milano, 2007.</p> <p>Jost Hochuli, <i>"Il particolare nella progettazione grafica"</i>, Compugraphic Corporation, Wilmington (Mass.) USA, 1988.</p> <p>Josef Müller-Brockmann, <i>"Gryd systems in graphic design"</i>, Verlag Arthur Niggli, Niederteufen (Svizzera), 1981.</p> <p>Robin Kinross, <i>"Tipografia moderna"</i>, Stampa alternativa e graffiti, Roma, 2012.</p> <p>D. Baroni, M. Vitta, <i>"Storia del design grafico"</i>, Longanesi, Milano, 2006.</p> |

|  |  |
|--|--|
|  | A. Frutiger, <i>“Segni &amp; simboli”</i> , Stampa alternativa e Graffiti, Viterbo, 1998.  |
| <b>Obiettivi formativi</b>                     | <p>Il corso di <i>Comunicazione visiva 2</i> prevede delle lezioni teoriche, per l’acquisizione delle nozioni di base per affrontare un progetto grafico, e delle lezioni pratiche che prevedono una serie di esercitazioni, individuali e di gruppo, che rappresentano il cuore del corso e sono strutturate in modo da sviluppare nello studente le abilità necessarie per affrontare un progetto grafico di varia natura.</p> <p>Il corso ha come obiettivo sviluppare, attraverso un tema d’anno, la progettualità individuale e di gruppo degli studenti attraverso la creazione di un sistema d’identità visiva/restyling di un sistema d’identità visiva esistente e di tutti gli elaborati grafici necessari per un possibile committente pubblico/privato, definito durante il corso, partendo dallo studio del prodotto e/o servizio nel quale è specializzato e delle caratteristiche identitarie che lo contraddistinguono (storia, impiego di una particolare lavorazione/materiale, etica, ecc.). Allo stesso modo si studieranno i competitor e il loro modo di comunicare.</p> |
| <b>Prerequisiti</b>                            | Disegno a mano libera e uso del computer.  |
| <b>Metodi didattici</b>                        | Lezioni frontali di gruppo, esercitazioni individuali e di gruppo, revisioni individuali e di gruppo, ricerca e studio partecipato, workshop.  |
| <b>Modalità di verifica dell’apprendimento</b> | Esame orale sui testi di riferimento obbligatori e sui contenuti illustrati a lezione. La valutazione comprenderà anche le esercitazioni intermedie e l’elaborato finale. L’esame consisterà nella consegna delle esercitazioni, di un libro che illustra il progetto del sistema d’identità visiva e in un dialogo sui temi affrontati durante il corso.  |
| <b>Programma esteso</b>                        | <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Le leggi della Gestalt e la grammatica del vedere;</li> <li>2. L’uso della tipografia e delle immagini (illustrazioni e fotografie);</li> <li>3. La carta e i suoi formati, la rilegatura;</li> <li>4. La “microtipografia” e la “macrotipografia”;</li> <li>5. La scelta del carattere tipografico;</li> <li>6. La <i>brand identity</i>/sistemi d’identità visiva;</li> <li>7. Studio di alcune <i>case history</i> di grandi brand;</li> </ol>  |