DAPL06 - Diploma Accademico di Primo Livello in PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA

Sezione A - Gestione Dati Generali

Scuola	SCUOLA DI PROGETTAZIONE ARTISTICA PER L'IMPRESA
Dipartimento	DIPARTIMENTO DI PROGETTAZIONE E ARTI APPLICATE
A1 - Denominazione del corso di studi	Corso di Diploma Accademico di Primo Livello in *Design della Comunicazione*
Codicione	A1IS16008N000005
Codice interno corso	
A2 - Valore del credito formativo	1/25
A5 - Indirizzi	
A8 - Tipologia	Nuovo corso
A11 - Sito internet del corso	https://www.ied.it/corsi/cagliari/diplomi-triennali/design-della-comunicazione
Visibile su Universitaly	Si è visibile

Sezione B - Gestione Piani di Studio

Indirizzo: Generico

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Primo anno cfa: 60										
Base	Attività formative base	ABPR 15 - Metodologia della progettazione	Metodologia della progettazione	8	80/120	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ABST 47 - Stile, storia dell'arte e del costume	Storia dell'arte contemporanea	6	36/114	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Base	Attività formative base	ABTEC 38 - Applicazioni digitali per le arti visive	Computer graphic	8	80/120	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 19 - Graphic design	Graphic design	8	80/120	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva	Metodologia progettuale della comunicazione visiva - 1	10	100/150	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Affini	Attività affini e integrative	ABLE 69 - Marketing e Management	Fondamenti di marketing culturale	8	48/152	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Affini	Attività affini e integrative	ABPC 66 - Storia dei nuovi media	Storia e teoria dei nuovi media	4	24/76	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Affini	Attività affini e integrative	ABPC 68 - Analisi dei processi comunicativi	Semiotica dell'arte	4	24/76	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Ulteriori attività formative	Ulteriori attività formative			4	0/100			Obbligatorio		
Secondo anno cfa: 60										
Base	Attività formative base	ABPC 65 - Teoria e metodo dei mass media	Teoria e metodo dei mass media	6	36/114	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPC 67 - Metodologie e tecniche della comunicazione	Metodologie e tecniche della comunicazione	4	40/60	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 17 - Design	Design - 1	8	80/120	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 17 - Design	Design - 2	8	80/120	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABST 51 - Fenomenologia delle arti contemporanee	Fenomenologia delle arti contemporanee	6	36/114	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva	Metodologia progettuale della comunicazione visiva - 2	6	60/90	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Affini	Attività affini e integrative	ABLIN 71 - Lingue	Inglese per la comunicazione artistica	6	60/90	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Affini	Attività affini e integrative	ABST 56 - Discipline sociologiche	Sociologia della comunicazione	4	24/76	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Affini	Attività affini e integrative	ABTEC 40 - Progettazione multimediale	Progettazione multimediale - 1	6	60/90	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Scelta studente	A scelta dello studente			4				Obbligatorio	Esame	
Ulteriori attività formative	Ulteriori attività formative			2	0/50			Obbligatorio	Idoneità	
Terzo anno cfa: 60										
Base	Attività formative base	ABPC 65 - Teoria e metodo dei mass media	Fenomenologia dei media	8	48/152	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 17 - Design	Design - 4	8	80/120	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABPR 17 - Design	Design - 3	6	60/90	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABST 51 - Fenomenologia delle arti contemporanee	Ultime tendenze nelle arti visive	4	24/76	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Caratterizzante	Attività formative caratterizzanti	ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva	Metodologia progettuale della comunicazione visiva - 3	4	40/60	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	

Tipologia d'attività	Area disciplinare	Settore (Gruppo)	Insegnamento	CFA	Ore Lezione/Studio	Ore Lezione/CFA	Tipo disciplina	Opzionale/Obbligatorio	Verifica Profitto	Codice interno disciplina
Affini	Attività affini e integrative	ABLE 69 - Marketing e Management	Marketing e management	4	24/76	6	Teorico	Obbligatorio	Esame	
Affini	Attività affini e integrative	ABTEC 40 - Progettazione multimediale	Progettazione multimediale - 2	6	60/90	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Esame	
Scelta studente	A scelta dello studente			6				Obbligatorio	Esame	
Ulteriori attività formative	Ulteriori attività formative			2	0/50			Obbligatorio	Idoneità	
Lingua straniera	Conoscenza lingua straniera	ABLIN 71 - Lingue	Inglese	2	20/30	10	Teorico/Pratico	Obbligatorio	Idoneità	
Prova finale	Prova finale			10				Obbligatorio	Esame	

Totale esami: 24

Totale idoneità: 3

Ordinamento

Attività	CFA totali	Area disciplinare	SAD	CFA totali	CFA primo anno	CFA secondo anno	CFA terzo anno
Attività di Base	36	Attività formative base Attività formative base Attività formative base Attività formative base	ABPC 65 - Teoria e metodo dei mass media ABPR 15 - Metodologia della progettazione ABST 47 - Stile, storia dell'arte e del costume ABTEC 38 - Applicazioni digitali per le arti visive	14 8 6 8	0 8 6 8	6 0 0 0	8 0 0 0
Attività Caratterizzanti	72	Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti Attività formative caratterizzanti	ABPC 67 - Metodologie e tecniche della comunicazione ABPR 17 - Design ABPR 19 - Graphic design ABST 51 - Fenomenologia delle arti contemporanee ABTEC 37 - Metodologia progettuale della comunicazione visiva	4 30 8 10 20	0 0 8 0 10	4 16 0 6 6	0 14 0 4 4
Attività Affini e Integrative	42	Attività affini e integrative Attività affini e integrative Attività affini e integrative Attività affini e integrative Attività affini e integrative Attività affini e integrative	ABLE 69 - Marketing e Management ABLIN 71 - Lingue ABPC 66 - Storia dei nuovi media ABPC 68 - Analisi dei processi comunicativi ABST 56 - Discipline sociologiche ABTEC 40 - Progettazione multimediale	12 6 4 4 4 12	8 0 4 4 0 0	0 6 0 0 4 6	4 0 0 0 0 6
A scelta dello studente	10	A scelta dello studente	-	10	0	4	6
Ulteriori attività formative	8	Ulteriori attività formative	-	8	4	2	2
Conoscenza lingua straniera	2	Conoscenza lingua straniera	ABLIN 71 - Lingue	2	0	0	2
Prova finale	10	Prova finale	-	10	0	0	10
Totale	180				60	60	60

Sezione C - Gestione Testi

C1 - Obiettivi Formativi	Obbligatorio: Si Universitaly: Si

Il corso si propone di formare Designer della Comunicazione in grado di coniugare capacità creative e tecnico-strumentali della comunicazione visiva e del content design e capacità strategiche e analitiche della comunicazione, grazie all'apprendimento di metodi e tecniche per la strutturazione di progetti di comunicazione integrata media neutral e crossmediali. Il programma ha l'obiettivo di formare un profilo professionale con una doppia valenza: da un lato, di avere di una profonda conoscenza delle tecniche, dei linguaggi e delle tecnologie più recenti per la produzione della comunicazione; dall'altro, di avere dimestichezza nell'ecosistema strategico generale nel quale questa disciplina professionale si colloca. Il triennio punta quindi a inserire gli studenti in un percorso che li conduca verso tre livelli di apprendimento e conoscenza: saper pensare, saper progettare e saper fare comunicazione. Lo studente acquisirà conoscenze approfondite di metodi e strumenti nell'ambito della Comunicazione (con un'attenzione particolare al contesto digitale); sarà in grado di comprendere i meccanismi che regolano le relazioni tra mercato e società civile, tra brand e consumatori, tra istituzioni e cittadini. Il primo anno ha come obiettivo quello di porre le basi culturali, di contesto e strumentali da cui si sviluppa il Design della Comunicazione. In particolare, si acquisiranno i metodi e i linguaggi per l'impostazione e la realizzazione di un progetto: dalla comprensione del briefing alla presentazione dell'elaborato alla committenza, dallo sviluppo di un concept creativo alla cura degli aspetti legati alla comunicazione e alla presentazione del progetto stesso. Gli studenti attraverseranno un percorso che in primo luogo fornirà il sostrato culturale per potersi accostare al design in modo consapevole, approfondendo la comunicazione come contesto professionale strettamente intrecciato alla progettazione. Il percorso proseguirà concentrandosi sulle metodologie della comunicazione e sui processi che portano allo sviluppo di progetti di comunicazione integrata e crossmediale, esplorando le tecniche e gli strumenti propri del lavoro, per poi concludersi con un primo confronto operativo con il mestiere, in particolare con la comunicazione visiva e il content design. Il secondo anno approfondirà alcuni temi come la cultura del design e le metodologie di progettazione della comunicazione, al fine di consolidare la base culturali e metodologica poste nell'annualità precedente. Queste conoscenze saranno applicate nell'ambito dei campi disciplinari dedicati alla progettazione, attraverso lo sviluppo di un progetto di branding, e lo sviluppo di un concept creativo di campagna che abbia una poliedricità multicanale. In questo modo, si avrà l'opportunità di confrontarsi con i processi del lavoro, sperimentando le tecniche e gli strumenti del graphic design, dell'art direction e del content design. Ancora più nello specifico, il secondo anno vedrà un modulo verticale sul copywriting e sulla scrittura creativa e un altro focalizzato sul social media management e la digital activation, necessario per imparare a gestire e presidiare tutti gli spazi digitali dei brand e raggiungere tutti pubblici. Durante il terzo anno, gli studenti inizieranno il percorso che li condurrà alla tesi, che consiste nell' 'ideazione di un progetto di comunicazione integrata, in grado di mettere insieme analisi strategica, brand design, concettualizzazione creativa, esecuzione grafica e di contenuto, declinazione e pianificazione sui media.

C2 - Prova Finale	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**

Per essere ammesso alla sessione di Diploma Accademico di Primo Livello lo studente deve aver acquisito 180 CFA, inclusi quelli della Prova Finale composta di 2 CFA per conoscenza della lingua straniera e 10 CFA per il progetto di tesi. L'esame finale consiste nella presentazione ad una Commissione di Valutazione del progetto di tesi, corredato di elaborati grafici e analitico-documentali, e dal modello fisico e/o virtuale, ove richiesto. La realizzazione del progetto di tesi è suddivisa in due fasi: 1. Laboratorio di tesi, in cui lo studente sviluppa il tema assegnato, approfondendo gli aspetti metodologici e di ricerca, teorici e tecnici. 2. Progetto di Tesi, in cui lo studente realizza il progetto con la supervisione dello staff di scuola e del docente relatore. La valutazione conclusiva tiene conto sia dell'intera carriera dello studente, sia dell'esito della discussione del Progetto di Tesi. Si basa sulla media ponderata dei voti riportati negli esami del triennio convertita in centodecimi, con una possibile variazione definita dalla Commissione di Valutazione, compresa tra 0 e 5.

C3 - Prospettive occupazionali	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**

La centralità della comunicazione, nei processi per lo sviluppo strategico di qualsiasi iniziativa di un'azienda o di una istituzione, ha creato nuove possibilità di mercato per un professionista con spiccate doti progettuali in grado di integrare competenze tecniche, creatività, saper fare, strategia e visione per affrontare i cambiamenti in atto e prevedere quelli futuri. In questo modo, oltre al consolidato mondo delle agenzie creative, ai Designer della Comunicazione si aprono nuove opportunità all'interno di contesti come aziende locali, multinazionali o start up ed amministrazioni pubbliche che richiedono una maggiore visione strategica e complessiva del sistema comunicazione. a) Art Director è il responsabile della strategia creativa sul piano visivo. Comunica l'idea alla base della campagna di comunicazione o del prodotto attraverso la creazione dell'immagine ideale e l'uso delle diverse tecniche di realizzazione a sua disposizione. Per svolgere questo lavoro deve avere una forte capacità di sintesi e di invenzione visiva, per tradurre il concept creativo in forma originale e coerente con la parte scritta dal copywriter, con il quale lavora. Le sue capacità multidisciplinari possono spaziare dalla scelta del carattere tipografico all'impaginazione dell'annuncio su formati stampa, dalla progettazione di uno storyboard alla supervisione di uno spot video, dalla capacità di progettare un'interfaccia web fino alla scelta e alla supervisione dei professionisti che collaborano allo sviluppo dei progetti (fotografi, registi, illustratori, graphic designer, ritoccatori, ecc.). b) Copywriter and Content Designer contribuisce, insieme all'Art Director, alla creazione del concept creativo e si occupa della creazione dei testi adattandoli ai vari supporti: stampa, radio, tv & web. Professionista della scrittura creativa, abile storyteller, deve saper utilizzare la parola, indagandone la potenzialità comunicativa, e possedere buona capacità di sintesi, di invenzione verbale per poter tradurre in forma originale e coerente il messaggio di comunicazione. Tale ruolo, trova impiego nelle agenzie di comunicazione e le molteplici applicazioni del suo lavoro possono spaziare dalla redazione di testi in ambito editoriale tradizionale e multimediale, sino ad un ruolo attivo negli uffici stampa, dalla creazione e gestione di contenuti per i social-network, alla capacità di produrre web content efficaci per l'ottimizzazione SEO, fino alla creazione di contenuti per i media tradizionali o innovativi. c) Communication Manager, può ricoprire – anche in base alle proprie inclinazioni e agli approfondimenti fatti nel suo corso di studi - il ruolo di: Brand Strategist, Account, Strategic Planner, Project Manager, Communication Consultant, Communication Specialist, Media Relations Manager, Social media manager. Communication & Marketing Specialist.

C4 - Conoscenza e capacità di comprensione (knowledge and understanding)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**

Il programma di studi mira a fornire agli studenti una comprensione approfondita e oggettiva del campo, combinando teoria e pratica progettuale. Inizialmente, l'accento è posto sull'acquisizione di una solida base teorica nel design grafico e nella comunicazione visiva. Gli studenti imparano le tecniche fondamentali di rappresentazione visiva, incluse la grafica, la tipografia e i principi del design, sia in contesti analogici che digitali. La componente teorica del corso si estende anche alla comprensione dei principi della comunicazione, della semiotica e della storia dell'arte e del design, fornendo agli studenti un contesto storico e culturale per il loro lavoro pratico. In parallelo, si affrontano argomenti come il marketing, l'art direction e il copywriting, che offrono una visione più ampia delle diverse modalità e strategie di comunicazione. Dal punto di vista progettuale, il programma incoraggia gli studenti a sperimentare e applicare le loro conoscenze in progetti reali. Questi progetti possono variare dalla creazione di campagne pubblicitarie, alla progettazione di interfacce utente, fino allo sviluppo di contenuti multimediali. L'obiettivo è quello di permettere agli studenti di sperimentare con vari strumenti e tecnologie, come il software di grafica, la fotografia digitale e la produzione multimediale, per sviluppare soluzioni creative e funzionali. Un aspetto cruciale del corso è l'apprendimento dell'utilizzo delle nuove tecnologie e dei media digitali. Gli studenti esplorano come le piattaforme digitali possono essere utilizzate in modo efficace nella comunicazione, comprendendo le dinamiche dei social media, del web design e delle applicazioni per mobile.

C5 - Capacità di applicare conoscenza e comprensione (applying knowledge and understanding)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**

Gli studenti sapranno applicare le conoscenze acquisite in interventi progettuali e creativi, concreti e innovativi, dimostrando un approccio professionale al loro lavoro. Verranno formati all'uso di metodologie e strumenti essenziali per lo sviluppo di soluzioni comunicative che armonizzino forma e funzionalità. La capacità di tradurre le teorie in pratiche applicative e progettuali è fondamentale per la formazione di un designer della comunicazione che sia in grado di rispondere in modo efficace e sensibile alle esigenze della società contemporanea. Gli studenti sapranno comprendere ed applicare metodi e tecniche, differenti linguaggi ed esercitare un buon livello di consapevolezza della disciplina professionale nei contesti sociali e professionali in cui si troveranno ad operare. Padroneggeranno i meccanismi e le dinamiche del complesso sistema della comunicazione e della comunicazione integrata d'impresa.

C6 - Autonomia di giudizio (making judgements)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Gli studenti acquisiranno un'adeguata capacità di giudizio critico, fondamentale per un'analisi approfondita dei campi di applicazione dell'indirizzo, su temi sociali, scientifici o etici ad essi connessi. Al termine del corso, gli studenti saranno in grado di riflettere autonomamente sui fenomeni culturali ed economici legati al settore della Comunicazione e di applicare le conoscenze acquisite durante il corso per analizzare criticamente questi argomenti. L'obiettivo è di sviluppare nei diplomandi un'autonomia di giudizio e di elaborazione riflessiva. La valutazione di questo aspetto avverrà attraverso prove scritte e/orali durante gli esami, e verrà considerata nel giudizio finale sul lavoro di tesi. In particolare, nella valutazione dell'elaborato conclusivo di tesi verrà tenuto conto della capacità di elaborazione autonoma e riflessiva.	
C7 - Abilità comunicative (communication skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Il corso mira a perfezionare le competenze comunicative degli studenti, rendendoli capaci di articolare, esporre e presentare le proprie visioni progettuali a interlocutori specialisti e non specialisti. Verranno potenziate le abilità di presentazione e dialogo, essenziali per la collaborazione multidisciplinare e la divulgazione efficace dei propri lavori in ambiti diversificati. La padronanza comunicativa è un attributo imprescindibile per il successo in ambito professionale e accademico.	
C8 - Capacità di apprendimento (learning skills)	**Obbligatorio: Si** **Universitaly: Si**
Al termine del loro percorso, gli studenti dimostreranno di essere autonomi nell'apprendimento e nell'adattamento alle forme diverse di comunicazione. Saranno capaci di applicare queste conoscenze in contesti professionali, collaborando a progetti complessi. La loro capacità di autovalutare il proprio apprendimento e di riflettere criticamente sul proprio lavoro li preparerà a proseguire con un percorso di studi di secondo ciclo o master di primo livello. Inoltre, il corso permetterà agli studenti di approfondire e conoscere gli strumenti informatici tradizionali e contemporanei, grazie all'applicazione della teoria e alla progettazione, favorendo l'equilibrio tra creatività e pensiero strategico.	